
Mieux qu'un journal, le projet MediaPart

By François Bonnet

Published: 02/12/2007 - 20:27

Auteur: [François Bonnet](#)

Média à part ; média participatif ; MediaPart. Quel est ce projet auquel nous vous demandons dès aujourd'hui d'adhérer ? Il est celui d'un nouveau site d'information et de débats. Nouveau par les envies journalistiques qu'il portera. Nouveau par la relation particulière qu'il développera avec vous, internautes simples lecteurs ou – mieux – adhérents devenus collaborateurs et co-acteurs d'un média de nouvelle génération.

La défiance grandissante envers une profession – le journalisme –, la recherche de lieux de débats, d'échanges et de création plus maîtrisés obligent à l'invention. La crise quasi généralisée des systèmes d'information offre cette opportunité : à vous, à nous, de créer de nouvelles règles de débats, de produire différemment une information de qualité qui se distingue du vacarme ambiant. Il y a dix-huit mois, des étudiants manifestant contre le projet de contrat première embauche (CPE) criaient : « Médias partout, infos nulle part ! » Dans le même temps, aux Etats-Unis, le « rapport sur l'état des médias », une étude de référence produite par des centres de recherche, des universités et des écoles de journalisme, plaçait en exergue de son bilan annuel le constat que l'on peut résumer ainsi : « De plus en plus de médias, de plus en plus de tuyaux, de moins en moins d'infos, de moins en moins d'histoires »

Nous l'avons tous expérimenté : ce flux continu d'informations disparates et non hiérarchisées, mélangeant anecdotique et essentiel, brassant indistinctement une simple annonce, un fait avéré, une révélation, mêlant communication et information... Des professionnels appellent cela le « bruit », le « buzz ». Il donne le tournis, rend sourd et nous laisse démunis face aux vrais mouvements du monde.

Le projet MediaPart est né d'une rencontre et d'un constat. Rencontre avec une équipe de journalistes chevronnés, aux itinéraires divers – vous les découvrirez progressivement –, avides de refonder un certain type de journalisme de recherche d'informations. Rencontre avec une jeune agence Internet, spécialiste du décryptage des pratiques du Web comme de l'animation de communautés et de réseaux sociaux. Deux cultures professionnelles pour un même constat, une même envie : tenter de reformuler les principes d'un journalisme grand public de qualité ; essayer de stimuler la participation des internautes en les associant au plus près, et selon des règles maîtrisées par tous, à l'animation d'un lieu que nous aimerions convivial, surprenant, éclairant. Faut-il déjà rentrer dans le détail, quand tant de choses restent à faire et que nous voulons prendre en compte vos suggestions, vos demandes, vos remarques ? Evidemment non. Mais, très rapidement, nous pouvons vous présenter les fondations, les murs porteurs, l'architecture d'ensemble de notre maison commune.

1. Votre information.

Environ trente journalistes se sont investis dans ce projet. Avec un objectif simple : produire de l'information, renouveler l'offre de lecture aujourd'hui proposée par les autres sites d'information et la presse papier. Aller sur le terrain, enquêter, recouper et vérifier. Ce b a-ba professionnel est plus que jamais un défi quotidien quand les seuls agendas de communication ou les débordements de

commentaires tendent à envahir des secteurs entiers, de la politique à la vie des grandes entreprises.

Face aux supermarchés en hard discount de l'information, face aux fabriques d'images et de vraies-fausse annonces, face aux dépêches qui effacent les précédentes, nous plaiderons pour un journalisme d'enquête, de profondeur, de révélations, de mémoire.

Faut-il tout « couvrir », courir après toutes les « nouvelles » pour n'en bien attraper aucune ? Non. Cette course à une prétendue exhaustivité, que mènent encore certains quotidiens ou médias, sans jamais y parvenir, brouille les repères et malmène les savoir-faire. C'est une information sélectionnée, fortement hiérarchisée que nous vous proposerons dans un certain nombre de secteurs-clés, ceux qui organisent aujourd'hui le débat public, ceux qui déterminent notre manière de vivre ensemble.

De la politique, de l'économie et du social, de l'international bien sûr, mais aussi de l'enquête culturelle et un décryptage des grands débats intellectuels. Ce sont nos priorités, nos territoires de prédilection, ceux où nous estimons qu'il est grand temps, par un flux nouveau d'informations, de rompre avec les ronronnements paisibles, les automatismes professionnels et les conformismes bien-pensants.

2. Votre Web.

Le meilleur, et parfois le pire, est là. Ce qu'on connaît, ce qu'on aimerait découvrir, ce qu'on ne soupçonne pas et qui nous serait tellement utile. C'est l'infini de la Toile, ses milliards de pages, ses centaines de millions de sites. Le script d'une audition du Congrès américain sur la torture ; le nouveau disque de Radiohead ; les dernières photos du stade olympique de Pékin ; la liste des vainqueurs de l'Everest ce printemps ; l'intégrale du discours de Dakar de Nicolas Sarkozy ; le blog du cheminot d'Argenteuil en grève.

Grâce à une plate-forme technique sophistiquée, MediaPart vous proposera de faire pour vous ce travail de veille et de découverte. Trier dans cette immensité de contenus disponibles, sélectionner, valider, proposer... Lesquels ? Ceux susceptibles de vous intéresser, ceux que vous aurez demandés, ceux qui donnent du sens, de la profondeur, un éclairage particulier à une actualité. Et puis il y aura tous ces matériaux – documents, rapports, études, images, sons – qui appuieront nos enquêtes, les compléteront, les prolongeront. Ceux que vous nous signalerez également, en réaction à telle ou telle idée, tel ou tel article.

Ainsi se construiront progressivement de nouveaux traitements, par une écriture multimédias mêlant textes, sons, images, infographies mis au service d'une nouvelle pédagogie de l'actualité.

3. Vos débats.

MediaPart n'est pas que le projet d'un site d'information. Il souhaite devenir un lieu de débats, de création très largement animé et géré par ses adhérents. Blogs, forums, tchats, bien d'autres outils seront créés pour aménager des espaces partagés de discussion et de contribution. En interaction avec les journalistes, chaque adhérent pourra rebondir, proposer, interpellé. Mais nous avons aussi expérimenté quelques-uns de ces forums brouillons où l'invective vaut argument, où la diffamation devient exercice rhétorique. Faut-il préciser que nous ne les lisons plus ? Une première charte de participation et de modération est aujourd'hui proposée à nos adhérents. Notre communauté l'amendera, la complétera. Elle est la garantie d'un débat, non pas bridé mais seulement intelligible. Que de belles intentions, vous direz-vous peut-être ! La place manque aujourd'hui pour détailler plus avant notre projet, pour entrer dans le vif, aborder quelques sujets qui fâchent, multiplier les exemples qui nous ont servi de balises tous ces derniers mois. Mais c'est finalement l'objet de ce pré-site pour les semaines qui viennent : défricher, vous écouter et vous répondre, expliciter notre

projet d'information, construire ce lieu de débat. Avant que MediaPart ne démarre effectivement début 2008.