

L'EXPRESS N°3001 REGLES DU JEU

Préambule : en ouvrant ses portes, la rédaction de L'EXPRESS.fr offre une réelle expérience et une vraie tribune aux blogueurs. C'est ainsi que ces derniers ne sont pas rémunérés par L'EXPRESS.fr dans le cadre de cette opération.

1 RAPPEL DES REGLES DE BASE DU JOURNALISME

- **Sourcer l'information :** indiquer la date, l'auteur et l'origine des documents cités.
- **Recouper l'information :** vérifier que l'information a été donnée par une ou plusieurs autres sources (non reliées l'une à l'autre).
- **Ne pas mélanger les faits et le commentaire :** les passages où l'auteur donne son avis doivent être clairement identifiables.
- **Ne pas déformer les propos des personnes interrogées :** les adaptations opérées dans les citations doivent être apparentes (entre crochets par exemple).
- NB : nous ne vous demandons pas de faire un travail de journaliste mais de traiter A VOTRE MANIERE de sujets d'actualité... ce qui ne vous empêche pas de respecter autant que possible les règles ci-dessus.

2 LA REDACTION DES SUJETS FROIDS : LA FEUILLE DE ROUTE

L'opération en deux mots :

- Une conférence de rédaction le 16 décembre 2008 pour déterminer les sujets à traiter, les répartir entre les équipes et préciser le mode opératoire.
- Pour chaque sujet, un journaliste référent et un/plusieurs blogueur(s) font équipe, ou non selon les sujets et les décisions prises lors de la conférence, pour traiter un ou plusieurs dossiers de fond / enquêtes.
- Chacun s'approprie et traite le sujet **selon ses habitudes et son traitement** (texte, vidéo, photos, dessins, sons...)
- Les 2 contenus, s'il y a lieu, sont mis en ligne simultanément.
- Le journaliste et le blogueur concernés peuvent commenter et mettre en perspective leur travail respectif après mise en ligne.

Qui fait quoi : les journalistes restent journalistes et les blogueurs restent blogueurs !

- Le(s) journaliste(s) :
 - Acceptent de guider les blogueurs dans leur enquête et de leur donner des conseils, de méthode notamment.
 - Partagent autant que possible leurs contacts avec les blogueurs, sans faire cavalier seul.
 - Acceptent de suivre les blogueurs et de se tenir au courant de l'avancée de leur enquête pour, au besoin, les relancer en cas de retard.
 - Font respecter les règles de base du journalisme, de manière aussi pédagogique que possible
 - Commentent la production des blogueurs et ouvrent le débat sur L'EXPRESS.fr.
- Le(s) blogueur(s) :
 - Sont présents à la conférence de rédaction du 16 décembre.
 - Travaillent en réelle coopération avec le journaliste. Le partage des informations recueillies doit être systématique, les coups en solo exclus.
 - Prennent en compte les contraintes techniques de L'EXPRESS.fr, pour notamment proposer des contenus aux bons formats.
 - Acceptent que leurs articles soient relus, corrigés (avec leur accord), voire rejetés par le rédacteur en chef.
 - Consentent à ne pas mettre en ligne eux-mêmes leur production (les blogueurs n'ont pas la main sur le back office de L'EXPRESS.fr).
 - Continuent leur approche de blogueurs sans « faire le journaliste ».

Ce qu'on veut atteindre :

- Journalistes et blogueurs doivent savoir où en est l'autre.
- Une production des contenus fluide qui ne pèse ni sur les journalistes ni sur les blogueurs.

- Un maximum de contenus produits par les blogueurs intégrés « sans accroc » à LEXPRESS.fr le 7 janvier.

3 LES SUJETS D'ACTUALITE / D'IMMERSION : LE MENU

L'opération en deux mots :

- Les blogueurs sont en « immersion » à la rédaction de LEXPRESS.fr pour une partie de la journée les 7, 8 et 9 janvier 2009.
- Ils surveillent les dépêches, AFP, Reuters... au même titre que les journalistes.
- Une même actualité est travaillée par un journaliste et un blogueur.
- Ce qui aurait été corrigé en toute discrétion en temps normal sera gardé « barré » afin que soit visible le travail fait avant diffusion sur un site d'info.

Qui fait quoi : les journalistes restent journalistes et les blogueurs restent blogueurs !

- Le(s) journaliste(s) :
 - Acceptent de guider les blogueurs dans leur enquête et de leur donner des conseils, de méthode notamment.
 - Partagent autant que possible leurs contacts avec les blogueurs, sans faire cavalier seul.
 - Acceptent de suivre les blogueurs et de se tenir au courant de l'avancée de leur enquête pour, au besoin, les relancer en cas de retard.
 - Font respecter les règles de base du journalisme, de manière aussi pédagogique que possible.
 - Commentent la production des blogueurs et ouvrent le débat sur LEXPRESS.fr.
- Le(s) blogueur(s) :
 - Sont présents au moins à une conférence de rédaction quotidienne et à une-demi journée les 7, 8 ou 9 janvier 2009.
 - Acceptent de travailler « dans l'urgence » et d'écrire à chaud sur des sujets qu'ils n'auraient peut-être pas spontanément choisis, selon les décisions prises en conférence de rédaction et les besoins de LEXPRESS.fr.
 - Travaillent en réelle coopération avec le journaliste. Le partage des informations recueillies doit être systématique, les coups en solo exclus.
 - Prennent en compte les contraintes techniques de LEXPRESS.fr pour proposer des contenus aux bons formats.
 - Acceptent que leurs articles soient relus, corrigés (avec leur accord), voire rejetés par le rédacteur en chef.
 - Gardent leur approche de blogueurs sans « faire le journaliste ».

Ce qu'on veut atteindre :

- une production mixte qui permette au lecteur de comprendre les différences de traitement de l'information entre blogueurs et journalistes.
- un travail en commun pédagogique entre blogueurs et journalistes pour une prise de conscience de leurs différences et de leur complémentarité.

4 LE BLOG DES COULISSES

L'opération en deux mots :

- Le 'blog des coulisses' débutera juste avant la distribution des sujets.
- Il est un véritable journal de bord de l'opération et propose une présentation des règles du jeu de l'opération.
- Focalisé sur le 'Comment', il met en lumière les différentes façons de travailler et d'aborder l'information des blogueurs et des journalistes.
- Rythme de parution : idéalement, plusieurs fois par jour, avec des rendez-vous/chroniques hebdomadaires.

Qui fait quoi : les journalistes restent journalistes et les blogueurs restent blogueurs !

- Lancé par C. Barbier
- Des invités quotidiens qui commentent, apprécient le déroulé et les résultats de l'opération :
 - des personnalités du monde des médias,
 - des sociologues des médias

- les lecteurs eux-mêmes (abonnés par exemple)
- Alimenté par l'ensemble des participants, les journalistes et les blogueurs sont invités à jouer le jeu : c'est-à-dire publier le plus fréquemment possible leurs impressions sur la manière dont se déroule leur collaboration.
- Blogueurs et journalistes seront suivis par l'agence Ogilvy PR sur certaines interviews, afin de recueillir ces témoignages des participants ou des personnes interviewées (ex : y a-t-il une différence entre une interview faite par un blogueur et par un journaliste ?)

Ce qu'on veut atteindre :

- Faire avancer le débat sur le traitement de l'information en décryptant l'opération, grâce à des observations de spécialistes sur différentes approches.
- Créer une base pour une sorte de « livre blanc », qui contiendra :
 - des témoignages des différentes parties prenantes à l'opération et leurs ressentis ;
 - des décryptages, en guise de synthèse, par des experts des médias (journalistes ou sociologues).

5 LA VIE DE VOTRE BLOG

Pendant ce temps-là, les blogs des uns et des autres ne s'arrêtent pas ! The show must go on ! Les blogueurs ont donc tout loisir de poster des billets sur l'opération sur leur blog personnel afin de valoriser ou raconter leur expérience.

L'EXPRESS.fr met à leur disposition un « kit » aux couleurs de l'opération « 3001, l'Odyssée de l'Info », que les blogueurs sont libres d'utiliser ou non.

Les blogueurs peuvent « inviter » les journalistes à des points de vue croisés ou des interviews vidéos pour alimenter leur blog.