

Le pure player Rue 89 a lancé de longue date le pari du crowdsourcing : les lecteurs sont appelés à mettre un coup de carburant d'idées aux projets d'articles des journalistes. Voilà que des titres de presse se lancent aussi dans l'aventure de ce journalisme participatif. Le dernier en date : The Guardian. Une mutation de la presse écrite se dessine.



« Un saut vers l'inconnu ! » Le rédacteur en chef du [Guardian](#), Dan Roberts, ne mâche pas ses mots pour décrire la révolution culturelle en marche dans son journal. Depuis le 10 octobre 2011, le quotidien britannique de centre gauche inaugure une nouvelle page du journalisme participatif : le crowdsourcing. L'utilisation des connaissances et de la créativité des internautes pour produire de l'information. Au Guardian, cela se traduit par la création d'une «

[open newslist](#)

» sur son site internet. Après chaque conférence de rédaction, le journal met en ligne toutes ses prévisions de sujets. Exception faite pour ses scoops, ou toutes autres informations sous « embargo ». Grâce à cette liste, le lecteur peut voir que tel journaliste planche aujourd'hui sur tel sujet. Un lien vers le compte Twitter du journaliste lui permet ensuite de donner ses tuyaux : informations, expertises, angles nouveaux, sources inédites. L'

[édito](#)

de Dan Roberts révèle que derrière cette démarche participative, se cache une volonté de transparence, et donc de redorer l'image du journaliste: « mieux vaut savoir comment sont faites les saucisses », s'amuse-t-il. Une question reste en suspend : est-ce que les lecteurs vont se prendre au jeu ?



