



**HAL**  
open science

# Le “ cas Raoult ” ou la controverse médicale amplifiée par l’influence personnelle

Stéphanie Lukasik, Marc Bassoni

► **To cite this version:**

Stéphanie Lukasik, Marc Bassoni. Le “ cas Raoult ” ou la controverse médicale amplifiée par l’influence personnelle. Communication [Information Médias Théories]: revue québécoise des recherches et des pratiques en communication et information, 2022, Vol 39/1, 39 (1), 10.4000/communication.15107 . hal-03629739

**HAL Id: hal-03629739**

**<https://hal.science/hal-03629739v1>**

Submitted on 16 Nov 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0  
International License

# Communication

Information médias théories pratiques

vol. 39/1 | 2022

Vol. 39/1

Études de cas

---

## Le « cas Raoult » ou la controverse médicale amplifiée par l'influence personnelle

STÉPHANIE LUKASIK ET MARC BASSONI

<https://doi.org/10.4000/communication.15107>

---

### Résumés

Français Anglais Espagnol

La controverse médicale incarnée en France par le professeur Didier Raoult a constitué un enjeu communicationnel inédit lors de la pandémie de Covid-19. Surmédiatisé, le cadre traditionnel des controverses scientifiques a basculé vers l'espace socionumérique des confrontations d'opinions tranchées et des polémiques propices aux *fake news* et à la « ré-information ». Dans un premier temps, les auteurs explicitent la stratégie de communication « directe » adoptée par le professeur Raoult. Dans un deuxième temps, à partir de la page Facebook intitulée « Didier Raoult officiel », les auteurs procèdent à une comptabilité des interactions induites, pendant trois mois, par les *posts* retenus sur ladite page. Enfin, dans un troisième temps, en examinant le partage de contenus exploités par des usagers-récepteurs de cette page, les auteurs mettent en lumière certains éléments d'homophilie au sein des groupes ainsi constitués.

La controverse médicale suscitée par le professeur Didier Raoult en France a constitué un défi de communication sans précédent pendant la pandémie de COVID-19. Dans le monde hypermédiatisé d'aujourd'hui, le cadre traditionnel des controverses scientifiques s'est déplacé vers l'espace des médias sociaux où les opinions partagées et les disputes passionnées ouvrent la voie aux « fake news » et aux « faits alternatifs ». Les auteurs commencent par décortiquer la stratégie de communication « directe » du professeur Raoult. Ils compilent ensuite toutes les interactions suscitées par les publications sur la page Facebook « Didier Raoult officiel » sur une période de trois mois. Puis, après avoir examiné le contenu partagé par les utilisateurs/abonnés de la page, les auteurs identifient certains éléments d'homophilie au sein des groupes observés.

La controverse médicale produite en France par le professeur Didier Raoult a constitué un facteur de communication inédit pendant la pandémie de Covid-19. Il s'agit d'un phénomène extrêmement médiatisé qui a provoqué que le cadre traditionnel des controverses scientifiques incline vers l'espace socionumérique de la confrontation d'opinions catégoriques et de controverses favorables aux *fausses nouvelles* et à la « réinformation ». En premier lieu, les auteurs expliquent la stratégie de communication « directe » adoptée par le professeur Raoult. Deuxièmement, à partir de la page Facebook intitulée « *Didier Raoult officiel* », les auteurs ont procédé à la stabilisation des interactions produites, pendant trois mois, à travers les *messages*



effectués sur cette page. Enfin, en troisième lieu, analysez les contenus partagés réalisés par les utilisateurs-récepteurs de cette page, les auteurs de l'article du manifeste, certains aspects relatifs à l'homophilie, dans les groupes constitués de cette manière.

---

## Termes d'index

**Mots clés :** controverse scientifique , pandémie , Didier Raoult , réseaux sociaux , France

**Mots clés:** controverse médicale , pandémie , Didier Raoult , réseaux sociaux , France

**Mots clés :** controverse médicale , pandémie , Didier Raoult , réseaux sociaux , France

---

## Texte intégral

- 1 La pandémie de COVID-19 sera, à n'en pas douter, un événement majeur et absolument inédit dans l'histoire de ce siècle. Outre le nombre de victimes et les dégâts sanitaires provoqués quasiment planétairement, cette pandémie — du fait de sa soudaineté et de sa brutalité — met à rude épreuve les individus, les économies et les sociétés. Elle provoque des chaboulements en cascade dont les effets multiples et complexes continueront de se faire sentir bien au-delà des phases aiguës de la crise.
- 2 Parmi tous les phénomènes inédits qui se déroulent durant la pandémie, l'un d'entre eux retient ici notre attention. Il s'agit de celui de la publication en temps réel du processus de « fabrication » de la science médicale. En effet, le nouveau coronavirus mis au jour par la pandémie plonge les médecins praticiens et les chercheurs, partout dans le monde, dans la quête tâtonnante de réponses, souvent provisoires, à une multitude de questions tenant tout à la fois à l'étiologie de la maladie, à sa symptomatologie, à son mode de propagation, à sa dangerosité, à sa prise en charge clinique, à sa prévention. La recherche s'est donc brutalement emballée, mettant en réseau de nombreuses équipes, sollicitant aussi bien des acteurs privés (laboratoires) que des institutions publiques, et enclenchant une course légitime à la prépublication des premiers résultats scientifiques.
- 3 Le fait inédit a trait à « l'explosion » de l'effort de recherche en un temps très court et à sa médiatisation massive, qui traduit l'inquiétude majeure des opinions publiques et l'attente légitime de ces dernières à l'endroit de la science médicale et des solutions qu'elle peut proposer. Or, cette médiatisation ne consiste pas simplement en une mise au jour du processus de « fabrication » des connaissances médicales. Elle ne se contente pas de vulgariser ce processus itératif nourri de débats et de controverses entre experts et fait de tâtonnements, d'essais, de corrections d'erreurs et d'abandons d'hypothèses trop rapidement formulées. Cette médiatisation, qui d'ailleurs n'est plus l'apanage des seuls médias « institués » ou professionnels, transforme en fait le cadre même dans lequel se déploient les controverses scientifiques. À l'heure de l'omnipotence des réseaux sociaux (Stenger et Coutant, 2011), la déferlante de messages qui accompagnent la pandémie ainsi que la profusion et l'hétérogénéité de leurs sources amplifient les cascades informationnelles et font basculer le cadre « habermassien » traditionnel des controverses médicales vers un espace inédit, et souvent éruptif, de confrontation d'opinions tranchées et de vives polémiques (Esquerre, 2018).
- 4 En France, un personnage-clé incarne et personnifie un tel basculement de l'espace convenu de la controverse entre pairs vers le champ plus large et plus ouvert de la polémique ; il s'agit, à n'en pas douter, du professeur Didier Raoult, alors directeur de l'Institut hospitalo-universitaire Méditerranée Infection (IHU, Marseille). Dès le printemps 2020, celui-ci décide de promouvoir un protocole de traitement dit « efficace » en prenant à revers les protocoles de validation en vigueur, d'enclencher une controverse avec nombre de ses confrères et, surtout, de prendre directement à témoin l'opinion publique non seulement au travers des médias grand public mais également par l'intermédiaire des réseaux sociaux, dont la chaîne YouTube de l'IHU (stratégie de « désintermédiation » délibérée). Le buzz des réseaux aidant, l'audience et l'aura du professeur Raoult débordent largement sa sphère d'influence professionnelle.

Des opinions tranchées se cristallisent dans cette nouvelle arène ; des communautés de fans et de détracteurs prennent corps (autour, entre autres, de pages Facebook). Le « cas Raoult » devient, *nolens volens*, non seulement un sujet de conversation quotidienne, mais également un archétype des polémiques contemporaines.

- 5 C'est ce « cas Raoult » que nous voudrions décrypter ici. Dans un premier temps, nous expliciterons la stratégie de communication « directe » adoptée par le professeur Raoult en lien avec les points saillants de la controverse qui l'oppose à nombre de ses pairs. Dans un deuxième temps, à partir de la page Facebook intitulée « Didier Raoult officiel », nous procéderons à une comptabilité des interactions induites, durant trois mois, par les *posts* opérés sur ladite page. Indubitablement, ces *posts* catalysent un emballement collectif dont les réseaux socionumériques sont devenus les vecteurs et les caisses de résonance. Ces interactions reflètent les groupes et les leaders d'opinion typiques du modèle de la « communication à deux étages » (Katz et Lazarsfeld, 2008). Enfin, dans un troisième temps, en examinant le partage de contenus opéré par des usagers-récepteurs de cette page, nous mettrons en lumière certains éléments d'homophilie au sein des groupes ainsi constitués. Ces éléments, souvent nimbés d'un halo de *fake news* et de complotisme, transcendent largement le champ de la seule controverse médicale.

## De la controverse médicale à la polémique sociale

- 6 La pandémie de COVID-19 ne « crée » pas le professeur Raoult. Ce spécialiste de microbiologie, mondialement reconnu, découvreur des virus géants et de moult bactéries (en 2004, il annonce aux côtés de son équipe le séquençage du désormais célèbre *Mimivirus*, débusqué dans une amibe), reçoit en 2010 le Grand Prix de l'INSERM pour l'ensemble de sa carrière. Bien au-delà de sa productivité dans les colonnes des grandes revues scientifiques, le professeur Raoult est aussi depuis longtemps un personnage public de poids, doté d'entregent et de réseaux influents. Au début des années 2000, par exemple, il conseille le ministre de la Santé — le professeur Jean-François Mattei, en l'occurrence — sur les questions de bioterrorisme ; il soulève déjà l'impréparation du pays face au risque de virus émergents ; plus tard, sous la présidence de Nicolas Sarkozy, il conçoit et promeut le grand chantier de sa vie « institutionnelle », à savoir celui de l'IHU de Marseille ; cet institut — qui a un statut de fondation — représente, à ses yeux, un modèle d'intégration de la recherche et du soin dans le champ, ô combien sensible et stratégique, des maladies infectieuses. Chaque année, l'argent généré par la recherche conduite au sein de l'IHU (de 10 à 12 millions d'euros d'excédent) contribue d'ailleurs au financement des CHU marseillais, ce qui rend le professeur Raoult également incontournable dans le paysage médical régional français.
- 7 Si la pandémie de COVID-19 ne « crée » pas le personnage, elle amplifie en revanche sa notoriété et lui donne surtout une toute nouvelle audience. Délibérément, dès le début de la crise sanitaire (cf. ses commentaires au sujet des premiers foyers chinois de l'infection<sup>1</sup>), le professeur Raoult décide de dépasser — ou de court-circuiter ? — les cénacles traditionnels dans lesquels la science s'accomplit et à partir desquels celle-ci irrigue, ou influence, la décision politique. Ce choix a priori paradoxal qui va consister à fustiger un « système », tout en étant soi-même partie prenante de celui-ci, s'explique par l'effet conjugué de trois facteurs. Le premier de ces facteurs est, incontestablement, la nature de la controverse médicale que le médecin marseillais engage très tôt avec nombre de ses pairs. Le deuxième a trait au positionnement philosophique (au sens de la philosophie des sciences) et épistémologique du professeur Raoult au sein de cette controverse. Le troisième, enfin, concerne ses choix et sa stratégie de communication au sein de l'espace public.

8 On s'en souvient, c'est la défense d'une bithérapie (le couplage « azithromicine-hydroxychloroquine ») qui amorce la controverse en question. Plus précisément, c'est la promotion de la deuxième molécule du couple — la désormais fameuse chloroquine — qui embrase la communauté médicale. Fort de son expérience de prescription de cette vieille molécule, peu onéreuse, dans la prise en charge d'autres affections, fort de son recul critique en la matière, le professeur Raoult promet, dans l'urgence de la crise, cette option thérapeutique et fait ainsi prévaloir une « éthique du soin » sur l'« éthique de la recherche ». Concernant l'évaluation des effets de cette bithérapie, le chercheur marseillais préfère justement s'en remettre aux « données observationnelles » plutôt qu'aux essais cliniques randomisés recommandés par nombre de ses pairs et par les autorités de santé. Cette dissidence dans le champ strict de la pharmacopée s'accompagne d'une double dénonciation : celle d'une prétendue mainmise du réseau Institut Pasteur-INSERM sur la recherche médicale (un réseau déconnecté du soin et du contact avec les patients et, à ce titre, qualifié de « désuet » par le professeur Raoult)<sup>2</sup> et celle d'une prétendue collusion entre certains cliniciens et experts au sein des agences de santé avec les intérêts de l'industrie pharmaceutique<sup>3</sup>. Cette dénonciation de l'impartialité des experts agite le spectre de la *fake science* (Pénet, 2019). L'accusation est grave ; elle est d'ailleurs relevée comme telle par les parlementaires membres de la Commission d'enquête.

9 Au fil des mois, cette controverse « à tiroirs » ne s'est pas vraiment éteinte. La saisine, par le Conseil de l'ordre des médecins des Bouches du Rhône, de la chambre disciplinaire de première instance (12 octobre 2020) pour des manquements à la déontologie médicale, dont l'accusation de « charlatanisme »<sup>4</sup>, ne change pas grand-chose au bras de fer tel qu'il se poursuit sur la place publique. Loin de se déjuger, le professeur Raoult maintient en effet ses prescriptions. Ce positionnement radical n'est pas sans lien avec ses présupposés philosophiques et épistémologiques. Admirateur de Nietzsche, influencé par la pensée husserlienne qui voue aux gémonies la rationalité mathématisée qui domine la science occidentale moderne, celui qui s'autodéfinit comme un *maverick*, c'est-à-dire un « non-conformiste » (Le Hir, 2010), ambitionne en fait de bouleverser la connaissance du vivant et d'en finir avec le darwinisme (Raoult, 2010). Le professeur Raoult, qui revendique une proximité intellectuelle avec le philosophe des sciences Thomas Kuhn, sait que le renversement d'un paradigme dominant prend du temps et que l'adhésion de la communauté scientifique à une vision du monde alternative n'a rien de spontané. En découlent naturellement l'acceptation de ce rôle de dissident en butte au conservatisme supposé de ses pairs ainsi que cette « image de scientifique à coups de marteau nietzschéen » (Eltchaninoff, 2020, p. 39) que le chercheur marseillais entretient patiemment et obstinément. Il convient toutefois de préciser que l'histoire des sciences n'est pas avare d'épisodes de ce type. En 2018, par exemple, Avi Loeb, directeur du Département d'astronomie de l'Université Harvard, défend la thèse de l'origine extraterrestre de l'objet interstellaire *Oumuamua* observé au sein du système solaire en 2017 (Bialy et Loeb, 2018). À contre-courant de la majorité de ses pairs, il persiste en publiant un essai pour défendre sa thèse (Loeb, 2021). L'archétype du « non-conformiste » — tout comme d'ailleurs celui du « génie incompris » — est omniprésent dans l'histoire et la généalogie des grandes ruptures, ou bifurcations, scientifiques (Richard, Le Meur *et al.*, 2014).

10 Ce positionnement de franc-tireur ambitieux a pour corollaire une stratégie de communication peu commune dans le monde feutré de la recherche médicale. De longue date, le professeur Raoult se départ des comités d'expertise censés irriguer la connaissance des décideurs et aider ces derniers dans leurs choix politiques. À titre d'exemple récent, ayant été invité à siéger au conseil scientifique mis sur pied au début de la crise sanitaire pour éclairer le pouvoir exécutif, il se retire très vite du dispositif, affiche sa singularité (« j'étais un ovni, un extraterrestre », dira-t-il aux députés membres de la Commission d'enquête déjà citée) et son désaccord avec les premières mesures préconisées. Cette aversion à l'endroit de la communication « institutionnelle » n'est en rien circonstancielle. Elle traduit d'abord une défiance à l'égard des logiques administratives pourvoyeuses, selon lui, de conformisme et de médiocrité (à ce sujet, on

connaît sa critique féroce des comités nationaux d'évaluation des projets de recherche ; Raoult, 2013). Elle traduit ensuite un grand scepticisme quant à l'efficacité des messages ainsi transmis aux décideurs-destinataires. Tout cela participerait, en définitive, d'un « excès d'administration » (*id.*) défavorable à la découverte et aux innovations de rupture.

11 Pour court-circuiter cette machinerie supposée lourde et inefficace, le professeur Raoult en appelle à une communication directe. Celle-ci, en tant que sollicitation de l'opinion publique, requiert l'intercession des médias, qu'il s'agisse des médias traditionnels d'information grand public ou des médias socionumériques. Depuis quelques années, le chercheur collabore régulièrement avec quelques titres de la presse française (cf. ses billets ou chroniques pour, entre autres, *Le Figaro* ou *Le Point*...). Il pense très sincèrement que les décideurs politiques sont bien plus attentifs à ces signaux-là qu'aux notes que les experts leur font passer par le truchement de leur cabinet. De même, depuis quelques années, l'IHU se positionne activement sur les réseaux socionumériques, délivrant sans filtre des messages persuasifs qui se veulent efficaces. Comme le fait justement remarquer Guillemette Faure, le professeur Raoult « a été le premier à comprendre que, pour peser, il est devenu plus important d'être "liké" sur *YouTube* que validé par ses pairs du *Lancet* ou d'autres revues médicales » (Faure, 2020, p. 18). Les réseaux socionumériques seraient-ils le nouveau filtre de la légitimité et de la visibilité des experts ? Seraient-ils, n'en déplaise à Régis Debray qui ne souhaite pas intervenir sur ces plateformes, la nouvelle caisse de résonance du « pouvoir intellectuel en France » ? Le professeur Raoult n'est pas loin de le penser.

12 Cette communication directe, orthogonale vis-à-vis des us et coutumes du débat scientifique traditionnel, se caractérise par des effets d'amplification. La controverse médicale au sujet de la chloroquine, à partir du moment où elle s'inscrit dans l'écosystème des réseaux socionumériques, bascule immédiatement dans l'espace de la polémique et de la confrontation d'opinions. La résonance est amplifiée dès lors que cette opposition frontale, sans nuance, s'immisce dans des clivages existants, extérieurs au champ médical (Fourquet et Gariazzo, 2020). Défiance marquée à l'endroit des pouvoirs publics, rejet du « système », écoute croissante des *outsiders* (ou des gens perçus comme tels), propension au complotisme, tous ces facteurs participent d'un climat collectif qui concourt à « starifier » la figure, perçue comme dissidente, du professeur Raoult. Un deuxième élément d'amplification apparaît alors : nombre de médias « institués », en quête d'audience, se saisissent de cette puissante « tête de gondole » pour promouvoir leurs contenus et leurs programmes (Bristielle, 2020, p. 10 *sq.*). Ce faisant, ils élargissent le public exposé aux messages du chercheur marseillais, public par ailleurs sensible à « l'iconisation » qui les enchâsse (le *look* raoultien, souvent commenté, n'est sans doute pas neutre quant à la réception télévisuelle du personnage). Les *talks* des chaînes d'information en continu qui mettent en scène la polémique et qui se nourrissent de sa « feuilletonisation » ne sont évidemment pas les derniers à gloser autour du « visionnaire » phocéén (ou de l'« imposteur », c'est selon) ; au risque de faire fi de leur éthique de responsabilité...

13 Le symptôme évident d'un tel basculement dans l'espace social des opinions est résumé ainsi par le physicien Étienne Klein :

Le 5 avril dernier (2020), alors qu'aucune étude thérapeutique n'avait encore eu le temps d'aboutir, *Le Parisien* publiait les résultats d'un sondage abracadabrantesque. À la question : « D'après vous, tel médicament est-il efficace contre le coronavirus ? », 59 % des personnes interrogées répondaient oui, 20 % non. Seuls 21 % des sondés déclaraient qu'ils ne savaient pas. L'immense majorité (79 %) affirmait donc savoir ce que personne ne savait encore... (2020, p. 4).

14 Pour expliciter un tel constat, le sociologue Gérard Bronner (2020) invoque justement un effet collectif « Dunning-Krueger ». Quand les individus sont en phase d'initiation vis-à-vis d'une question complexe (comme celle de la pandémie de COVID-19, par exemple), ils ont tendance, dans un premier temps, à surestimer leurs réelles compétences. Il va sans dire qu'un tel contexte de polarisation d'opinions ne contribue

pas à organiser utilement le débat scientifique ; il peut même s'avérer aléatoire quant aux effets de cette communication directe choisie par le professeur Raoult lui-même. La « starisation » provoquée, d'éventuelles dérives de l'ego (Lemaitre, 2019), mais aussi la rhétorique du dissensus et la propension aux formules-choc qui alimentent le *buzz* sur les réseaux peuvent en effet tendre des chausse-trappes à cette communication. Au jeu des petites phrases dont raffolent certains médias, celui qui n'a de cesse de fustiger la modélisation prédictive (l'assimilant à une funeste « illusion de pouvoir tout contrôler » ; Raoult, 2010, p. 128 *sq.*) se hasarde néanmoins à des prédictions... hasardeuses<sup>5</sup> ! Ces dérapages ne manquent pas d'alimenter les joutes médiatiques, lesquelles poussent les internautes (ou usagers-récepteurs) à rechercher par eux-mêmes d'autres informations, voire des contre-informations proches d'une « réinformation » propice à la diffusion de *fake news* et de dérives hors du champ de la controverse scientifique. Ces interactions permanentes entre le champ des médias traditionnels et celui des médias socionumériques illustrent le caractère protéiforme des dispositifs infocommunicationnels contemporains et soulignent la nécessité d'appréhender ces derniers dans une logique « systémique ». Partant, la diffusion démediée de la page Facebook « Didier Raoult officiel » est symptomatique du processus social que cristallise le « cas Raoult », tel qu'il est par ailleurs communément médiatisé.

**Didier Raoult Officiel**  
13 octobre · 🌐

[#Que\\_la\\_dignité\\_soit\\_avec\\_nous.](#)

**C NEWS** 11:29 **EN DIRECT**

**MORANDINI LIVE!** **EDITION SPECIALE MORANDINI LIVE** **EDITION SPECIALE MORANDINI LIVE** **NON STOP PEOPLE**

**DERNIERE MINUTE** Tests : « On sait maintenant que le facteur le plus lié à la mortalité c'est le retard de mise en place des tests » (Didier Raoult/CNEWS)

**LALETTREPATRIOTE.COM**  
**Didier Raoult explique que tous les VIP l'appellent dès qu'ils ont la Covid ! | La lettre patriote**

👍👎❤️ 1,2 K 161 commentaires 350 partages

## Le modèle de l'usager-récepteur comme prisme de décryptage du « cas Raoult »

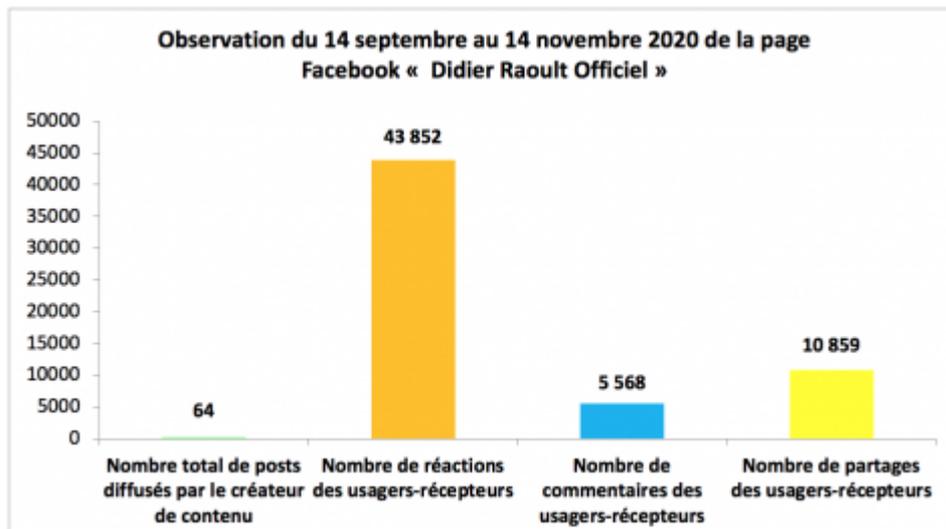
- <sup>15</sup> Afin d'analyser socialement cette influence diffusée par les réseaux socionumériques, nous mobilisons le modèle de l'usager-récepteur<sup>6</sup>. À l'aune de ces réseaux, ce modèle actualise l'approche de la « communication à deux étages » proposée naguère par l'école de Columbia (Katz et Lazarsfeld, 2008). En vue de comprendre les situations d'influence d'opinion à l'œuvre dans les activités quotidiennes de circulation et de réception, les processus de filtre de l'information sont étudiés en reprenant les éléments structurants du modèle de Columbia ; au sein de celui-ci, ce sont les leaders d'opinion

qui sont les véritables relais et filtres de l'information. L'influence se diffuse ainsi en deux temps : tout d'abord, des médias/créateurs de contenu vers les leaders d'opinion et, ensuite, de ces leaders d'opinion vers leurs groupes affinitaires. En adoptant ce modèle de l'influence personnelle, nous renouons avec l'étymologie de « l'influence » datée du XIII<sup>e</sup> siècle, laquelle donne une place de choix à la personne dans le phénomène de l'influence. Notre démarche vise, tout comme d'ailleurs l'approche lazarsfeldienne, à expliquer les phénomènes sociaux en observant les actions individuelles. Nous nous inscrivons dans la tradition de l'analyse empirique de l'action de Paul F. Lazarsfeld étant donné que le partage, par l'intermédiaire des réseaux socionumériques, équivaut à une action individuelle. Analyser la multitude de ces actions permet de saisir les ressorts de phénomènes sociaux susceptibles d'être qualifiés de « macroscopiques ». Sur ces réseaux, les actions de s'abonner et de se désabonner, ainsi que l'omniprésence et l'absence conjoncturelles des usagers-récepteurs, permettent d'observer l'impermanence typique du leadership d'opinion du quotidien.

16 À l'instar de l'école de Columbia qui sous-titrait l'ouvrage *Influence personnelle* (Katz et Lazarsfeld, 2008) par « ce que les gens font des médias », nous nous intéressons à ce que les usagers-récepteurs font des médias et de leurs contenus sur les réseaux socionumériques. Notre reconstruction des deux étages nous permet tout d'abord d'observer les contenus médiatiques diffusés par la page Facebook « Didier Raoult officiel » (premier étage du modèle) ; elle nous permet ensuite d'observer les interactions des usagers-récepteurs à propos de ces mêmes contenus (deuxième étage). L'une de nos hypothèses, vérifiées par ailleurs à propos du mouvement social des Gilets jaunes en France, consiste à souligner ceci : dès lors que le leader d'opinion est médiatisé, celui-ci s'inscrit dans une forme de « permanence » ; à ce titre, il sort du champ de définition du leader d'opinion au sens columbien strict. À l'instar d'un média, ce dernier est relégué au premier étage de la communication.

17 Concernant précisément ce premier étage du modèle, nous l'avons adossé aux *posts* de la page Facebook « Didier Raoult officiel ». Cette page fait partie des nombreuses pages Facebook créées dans le sillage de l'« effet Raoult » et constitue une boîte noire du point de vue de sa création et de son animation. Revendiquée comme unique blogue de Didier Raoult, elle est emblématique de la façon dont certains internautes s'approprient la controverse médicale en question. À partir d'elle, nous pouvons quantifier ce que les usagers-récepteurs font des informations publiées. Quotidiennement, tout au long de la période d'observation, nous avons relevé manuellement chacun des contenus diffusés ainsi que chacune des interactions sous ces contenus afin d'additionner les *posts* observés et les interactions relatives à ces *posts* en distinguant les réactions, les commentaires et les partages. Pour 64 *posts* observés pendant une période de trois mois, du 14 septembre au 14 novembre 2020 — période qui précède, puis couvre en partie, la deuxième vague de la pandémie —, nous comptabilisons 60 279 interactions des usagers-récepteurs. Ces interactions regroupent 43 852 réactions, 5 568 commentaires et 10 859 partages.

**Histogramme 1. Total des *posts* et des interactions observés du 14 septembre au 14 novembre 2020 de la page Facebook « Didier Raoult officiel »**



- 18 D'après notre relevé des interactions, l'influence de l'information diffusée par la page Facebook « Didier Raoult officiel » est clairement démultipliée par les usagers-récepteurs. Cette page Facebook appelle une petite précision, utile pour la suite de notre développement. Sur la période d'observation, elle enregistre 34 458 abonnés. Cette page est un média en tant qu'offreur de contenus informationnels ; mais il s'agit d'un média dual, ou hybride, au sens où ces contenus peuvent provenir non seulement des données et des analyses de l'IHU, mais également de médias extérieurs (des médias dits « alternatifs » comme *RTFrance* et *La Lettre Patriote*).
- 19 Cette dualité de la page en question permet justement à nombre d'usagers-récepteurs de procéder au travail de « réinformation » qu'ils souhaitent engager. La défiance aidant, quand il ne s'agit pas de rejet pur et simple de toute information dite *mainstream*, l'information alternative ainsi diffusée illustre la polysémie associée à ce mot-valise de *fake news*.
- 20 Partant, le risque communicationnel pesant sur le professeur Raoult et son équipe s'apparente alors à ce que nous pourrions appeler un risque de « discrédit par association ». Soulignons qu'il s'agit non pas d'une association préméditée, mais plutôt d'une association de fait qui ouvre la voie à un recyclage/reformatage du « label IHU » au cœur des procédés typiques de la « réinformation » (par exemple le « copier-coller-couper » d'informations brutes).
- 21 Les données comptabilisées ci-dessus le confirment ; les interactions des usagers-récepteurs sont bien plus nombreuses. Pour ce qui concerne les seuls partages, l'évolution retracée dans l'histogramme ci-dessus montre même un écart-type important dans la distribution temporelle. Cette variabilité n'est pas sans lien, comme nous l'indiquerons plus avant, avec les soubresauts de l'actualité autour de la pandémie et des débats médiatiques afférents. Ces données comptabilisées étayent ainsi notre hypothèse de l'usager-récepteur actif dans la réception de l'information. Les effets produits par le créateur de contenu (ici la page Facebook « Didier Raoult officiel ») sont toujours tempérés par l'influence personnelle. Celle-ci est réifiée par l'interaction des usagers-récepteurs et le partage de certains usagers-récepteurs qui deviennent leaders d'opinion du seul fait de ce partage. Par rapport aux *posts* du créateur de contenu, l'influence personnelle prend ainsi le dessus à court terme.

## Leaders d'opinion, groupes et information « marginale »

- 22 Concernant le deuxième étage du modèle, nous l'appréhendons à partir de l'observation des actes de partage des usagers-récepteurs de la page Facebook « Didier Raoult officiel ». Dans cette même démarche, la figure du leader d'opinion est reconstruite à partir des observations tirées des réseaux sociaux numériques. Le partage

s'est substitué au conseil oral étudié au cours des entretiens de suivi de l'école de Columbia. Dans la même dynamique, mais transposée désormais au contexte socionumérique, nous analysons et comparons les actions de partage des usagers-récepteurs pour tenter de comprendre et de reconstruire le processus de l'influence personnelle du leader d'opinion. En effet, le partage symbolise la réification de l'influence personnelle. Si l'on décompose l'influence interpersonnelle au moment d'une conversation (Berrier, 2000), on s'aperçoit que cette influence est elle-même composée d'influences personnelles propres à chaque individu. C'est en cela que le leadership d'opinion de Columbia est subtil et impermanent. Il relève d'une situation d'influence conjoncturelle. L'essence de l'influence personnelle à laquelle nous nous intéressons est d'être mouvante à l'image de la conversation. Lorsque deux personnes échangent au cours d'une discussion, la parole va de l'une à l'autre et, à un moment donné, l'une des deux personnes va diriger la conversation et influencer l'autre personne. Autrement dit, elle va avoir l'ascendant sur son interlocuteur, c'est-à-dire diriger l'opinion. Cette personne devient le leader d'opinion. Sans la conversation, il n'y aurait pas de formation d'opinion (Tarde, 1901). L'empreinte de l'influence personnelle dans le leadership d'opinion quotidien est subtile, car la formation de l'opinion l'est elle-même. Composée de multiples influences, elle est très souvent complexe à détecter et à recomposer pour l'individu lui-même. Gabriel Tarde compare l'opinion à un « faisceau passager » (1901, p. 65). En réalité, il y a une influence personnelle à un moment conjoncturel, mais il y a des influences multiples dans le long terme. Comme un flux, l'influence se diffuse sans cesse à l'instar d'un partage de contenu médiatique par l'intermédiaire des réseaux socionumériques. C'est pourquoi l'étude de l'influence par le modèle de l'école de Columbia ne peut être inscrite que dans le court terme.

23 Tel est d'ailleurs notre parti pris méthodologique. L'intérêt n'est donc pas de quantifier l'influence qui est, par définition, incommensurable, étant sans cesse en mouvement ; l'intérêt est bel et bien plutôt de qualifier cette influence. Par conséquent, lors de notre observation des dyades « leaders d'opinion/groupes », nous avons pu observer des situations d'influence qui correspondent aux caractéristiques du leader d'opinion columbien.

24 Les dyades sont à entendre au sens où le leader et le groupe sont deux entités indissociables et interdépendantes. Nous nous inscrivons ainsi dans la veine de la littérature scientifique de Columbia et des conseils promulgués par Elihu Katz (Katz et Lazarsfeld, 2008). Dans un premier temps, nous observons donc que le leader d'opinion et son groupe forment une dyade complémentaire en termes d'influence. Il ne s'agit pas d'une ethnographie en ligne. En effet, notre définition de groupe ne correspond pas à la définition de groupes sociaux de l'ethnologie. Dans notre approche, il s'agit de groupes primaires liés à la proximité de la conversation et qui deviennent secondaires en raison de l'interface numérique qui s'interpose. En outre, notre définition de la domination (le leadership) est également très différente de la *doxa* sociologique puisque, dans notre modèle, les dominés peuvent devenir dominants, et inversement, à chaque passation de leadership. Le leadership est ainsi une domination éphémère à un instant donné. Il est indépendant des groupes sociaux catégorisés par domination. Notre démarche se différencie également des tentatives de catégorisation du leader d'opinion par le marketing d'influence. Nous reprenons l'indication récente de Katz (2008) qui rappelle l'inutilité d'identifier personnellement chaque leader. Seules les empreintes d'influence personnelle sont nécessaires pour décrire le processus de l'influence. C'est ce que nous retenons en « photographiant » des situations d'influence personnelle captées de manière conjoncturelle dans les réseaux socionumériques. À la manière d'un impressionnisme socionumérique, nous tentons de dépeindre un processus d'influence personnelle ponctuel sans nous attarder sur l'individualisation de chaque leader d'opinion.

25 L'appréhension du deuxième étage du modèle s'adosse donc à une observation des partages des contenus médiatiques et à une analyse qualitative des dyades que forment les leaders d'opinion avec leurs groupes respectifs. En effet, sans l'intercession des usagers-récepteurs, le principe même des réseaux socionumériques serait vide de sens

et les contenus diffusés seraient fortement amoindris. C'est pourquoi, après avoir parcouru le premier versant constitué de la page Facebook « Didier Raoult officiel », nous nous intéressons aux usages et à la réception des usagers-récepteurs. Les conditions requises pour le leadership d'opinion columbien, telles que l'exposition aux médias, le caractère quotidien, la dépendance au groupe, l'homophilie, l'aura, l'impermanence, sont toujours d'actualité dans le contexte des réseaux socionumériques. Pour identifier ce leadership d'opinion du quotidien si particulier, il est nécessaire d'évaluer la situation d'influence en fonction de ces six caractéristiques. Notre approche est en prise directe avec notre cadre théorique puisque c'est en raison de cette dépendance à la littérature de l'école de Columbia que notre méthodologie s'avère très différente des tentatives usuelles de catégorisation du leader d'opinion (qu'il s'agisse de celles qui sont utilisées en marketing ou de celles qui mettent en avant son « expertise » dans tel ou tel domaine particulier). Nous l'avons dit, ce sont les empreintes d'influence personnelle qui sont utiles pour décrire le processus de l'influence. C'est précisément ce que met au jour notre analyse de contenu de 20 dyades formées par des leaders d'opinion et leurs groupes issus des partages de la page Facebook « Didier Raoult officiel ».

26 C'est dans ce contexte que l'analyse de contenu revêt toute son importance. Selon Laurence Bardin (2009), les étapes de celle-ci sont la recherche d'indices (ou de traces), leur description et, enfin, l'interprétation de ce qu'ils révèlent. À l'instar d'un archéologue, l'analyste de contenu déploie un protocole qui possède deux fonctions distinctes, une « fonction heuristique » qui permet de nourrir la démarche exploratoire, d'une part, et une « fonction d'administration de la preuve », d'autre part (Bardin, 2009, p. 33). Dès lors, nous observons les traces numériques des usagers-récepteurs pour reconstituer peu à peu le fil de leur existence numérique secondaire qui, elle-même, peut refléter des traces de leur existence première et primaire dans la vie réelle avec notamment les liens interpersonnels. Nous avons observé les usagers-récepteurs dans leur ensemble en nous rendant sur leurs profils respectifs afin de pouvoir cibler les processus d'influence. Les réseaux socionumériques étant mouvants et impermanents par essence et perçus dans notre cadre théorique comme des prolongements des réseaux de communication sociale, il est évident que les interactions sont analysées pour ce qu'elles sont : des photographies de conversation numérique à un instant donné. À l'instar des situations d'énonciation de court terme, les individus peuvent taire leurs opinions et motivations profondes pour demeurer au sein du groupe (Noelle-Neumann, 1989) ; néanmoins, les usagers-récepteurs concernés ayant été observés dans leur activité globale de profil, leurs pratiques de partage d'information expriment un rapport de défiance envers les figures institutionnelles et médiatiques. Le dénominateur commun de ces usagers-récepteurs est de partager des contenus informationnels en vue de la défense d'une opinion. Ces contenus peuvent être des propositions d'alternatives informationnelles qui contestent le plus souvent des messages officiels et des contenus médiatiques mais également des propositions d'alternatives politiques comme des mesures de démocratie participative (comme c'est le cas avec ces pétitions qui circulent, invitant à rejeter toute forme d'obligation vaccinale).

27 Dans ce cadre, nous souhaitons surtout mettre l'accent sur cette catégorie d'usagers-récepteurs active sur la page Facebook « Didier Raoult officiel » qui s'est distinguée par une réception de l'information marginale. Cette particularité de la réception de l'information a été évoquée par l'école de Columbia lors de la description du « leader marginal » (Katz et Lazarsfeld, 2008). À l'instar du leader d'opinion quotidien courant, le leader d'opinion marginal doit prendre le dessus sur le groupe, mais doit agir dans le but de plaire au groupe. Il existe donc une « place périphérique » réservée à un profil non conventionnel dans laquelle des opinions déviantes de la *doxa* peuvent se rassembler : « Un non-conformiste au niveau de la société la plus large a de fortes chances d'être en étroite relation avec un autre non-conformiste » (*ibid.*, p. 72). On retrouve ce non-conformisme dans la figure de l'homme marginal qu'analyse Alain Coulon (2012). Cet homme marginal est défini par une ambivalence d'appartenance : l'homme marginal appartient au monde tout en le rejetant. Ce qui le caractérise, c'est

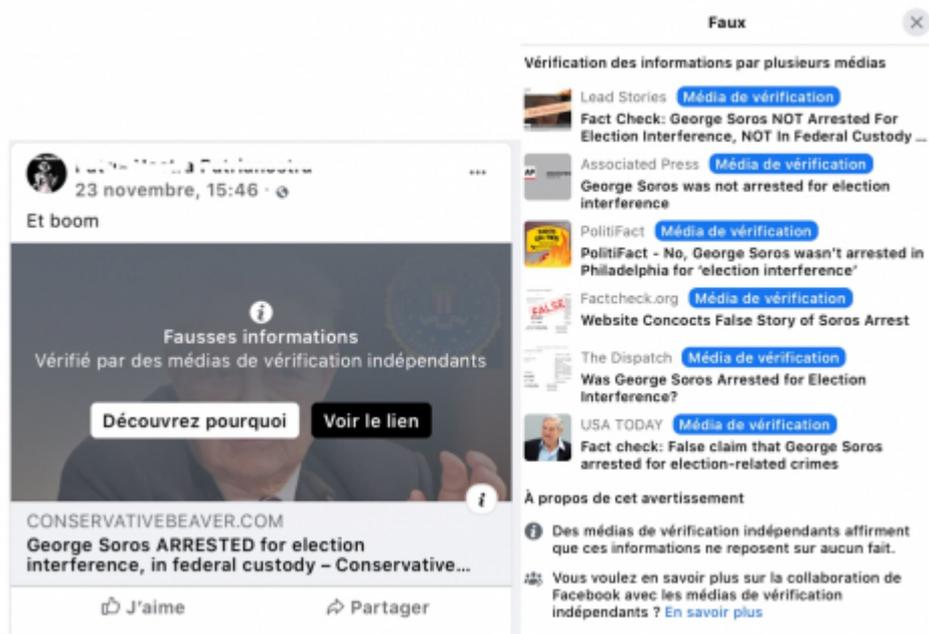
qu'il refuse de se conformer aux valeurs du monde auquel il appartient. Il est en dissonance avec le monde dans lequel il vit. Se situant en périphérie de la société, le marginal va se regrouper avec d'autres marginaux. En effet, le principe d'un groupe, qu'il soit conformiste ou marginal, est qu'il se constitue à partir d'un partage de valeurs communes. Cette homophilie comme référence serait à l'origine du choix de certains individus de ne s'exposer qu'aux valeurs homophiles dans leur réception de l'information (Katz et Lazarsfeld, 2008). Le point commun de ces leaders d'opinion socionumériques marginaux avec les leaders d'opinion marginaux « originels » est d'exprimer une défiance assumée à l'égard des médias classiques et des élites constituées. Ils se regroupent en fonction de cet intérêt homophile pour la défiance.

28 Cette défiance, qui confine souvent au rejet catégorique, jointe à la recherche d'une information « alternative », orthogonale vis-à-vis de l'information diffusée par les médias *mainstream* et accessible par les réseaux socionumériques, caractérisent précisément ces leaders d'opinion marginaux. Les reprises et les réappropriations de contenus auxquelles ils procèdent renforcent le « potentiel de décontextualisation » (Pinker, 2020, p. 200) des messages viraux, ce qui favorise la prolifération des *fake news*. Les 20 dyades que nous avons observées sont bien constitutives de cette homophilie de la défiance dans leur pratique informationnelle anticonformiste. En parcourant les profils associés à ces dyades, nous avons par ailleurs noté une intersection commune d'intérêts homophiles liés aux croyances religieuses et aux opinions politiques. Nonobstant la diversité de celles-ci, les leaders d'opinion marginaux manifestent un clair tropisme à l'endroit de ces domaines d'information. Des intérêts similaires pour des contenus « hétérodoxes » (le plus souvent issus de médias alternatifs), tant politiques que religieux, sont constitutifs ici de l'homophilie.

29 Par exemple, *LD*<sup>7</sup> est une femme originaire de Lyon qui a 452 « amis ». Selon ses mentions *j'aime*, elle affectionne le documentaire *Hold-Up*, Reaction19webtv, Carlo Alberto Brusa, Didier Raoult Officiel, Christian Perronne Officiel, *Vécu* (société de médias/d'actualités), réaction 19. Elle diffuse par ailleurs des contenus de « réinformation ». *LD* est d'ailleurs abonnée à un média alternatif, *Vécu*, qui se revendique comme « média indépendant ». *AT*, originaire de Lyon qui habite à Marseille, est elle aussi une femme qui diffuse des contenus informationnels issus de médias alternatifs comme *RT France*. *LT* est quant à elle une femme originaire de Grimbergen qui habite à Seynod et qui a travaillé à Annecy. Elle est également abonnée à *RT France* et à la page de soutien au professeur Raoult pour son combat contre la COVID-19 ainsi qu'à la page « Pranarôm aromathérapie scientifique ». Comme *AT*, elle partage des contenus liés à la thématique du vaccin. Concernant un autre membre du groupe secondaire, *SA*, aucune information n'est disponible en version publique de Facebook. On retrouve cependant l'octroi du leadership par trois membres du groupe secondaire, dont *LD*. La conversation par interface numérique qui se noue entre eux et leurs propres groupes homophiles se singularise par le fait qu'elle déborde, ou enjambe, la controverse médicale initiale.

30 Partant, la controverse qui « met en scène » le professeur Raoult — non-conformiste autorevendiqué — devient très vite un point d'appui (ou un prétexte ?) pour faire résonner en ligne d'autres polémiques ou d'autres conflits totalement divergents, ou étrangers, à la problématique scientifique et médicale. Comme le souligne l'historienne Marie Peltier, spécialiste du complotisme, un tel point d'appui permet également à ces leaders d'opinion marginaux de donner de l'écho à leurs « obsessions personnelles » (2018). Comme le montrent nombre de captures d'écran, les débordements liés à la dénonciation du pouvoir exécutif en général, à celle de la « répression » des Gilets jaunes ou bien à l'invocation du contexte international (Donald Trump, George Soros...) confèrent ainsi à la « réinformation » autour de la COVID-19 un caractère protéiforme et propice à la désinformation ou à la « vérité alternative » (d'Ancona, 2017) comme ci-après.

**Capture d'écran 2. Exemple d'une « réinformation » diffusée par un usager-récepteur de la page « Didier Raoult officiel » qui se révèle être une fausse information**



Page Facebook « Didier Raoult officiel », 28 novembre 2020.

- 31 À l'instar de cet exemple, les éléments à forte connotation conflictuelle confirment la thèse défendue par Gérald Bronner (2021) selon laquelle ils constituent bel et bien des « pièges attentionnels » redoutables qui détournent les esprits des sujets de fond (en l'espèce, dans notre cas, la controverse médicale). Ainsi, sur la base d'un partage de contenus médiatiques variés, chaque leader d'opinion se fait le relais d'opinion auprès de son groupe. Son leadership lui est octroyé de manière éphémère par ledit groupe. Cet octroi se visualise par des « gratifications » selon le terme employé par Katz et *al.* (1974), lesquelles peuvent prendre la forme de réactions, de commentaires ou bien encore de repartages. Le partage ainsi récompensé cristallise et entretient la circulation des opinions et le basculement hors du champ de la controverse normée et organisée dont nous parlions au tout début. Il va sans dire que cette circularité, amplifiée par la puissance des algorithmes, nourrit le « vertige narcissique de la dissidence » (Reichstadt, 2019, p. 40).

## Discussion

- 32 Quels enseignements pouvons-nous tirer de ce « cas Raoult » ou de cet exemple de publicisation d'une controverse médicale « chaude » ? Vraisemblablement, deux enseignements antithétiques peuvent se faire jour. Le premier, pessimiste, consisterait à prendre acte d'un basculement irréversible vers l'espace éruptif de la confrontation d'opinions et de la polémique symptomatique de l'ère de la post-vérité (Girel, 2017). Subséquemment, arguant de l'affaiblissement de la « force de la vérité » au contact des *fake news* et des narrations « alternatives » mises en circulation par les réseaux sociaux numériques, d'aucuns — à l'instar de la sociologue Eva Illouz (2020) — envisagent même que l'avenir (sombre) du monde puisse se jouer sur l'abjuration probable de la foi scientifique héritée des Lumières. Les « effets toxiques de la défiance » — pour reprendre l'expression de John Crowley et *al.* (2021) — auraient ainsi définitivement gagné. La posture du savant anticonformiste, qui a investi la sphère médiatique sur le mode de l'éditorial et de la chronique, semble finalement avoir constitué les prémices d'un brouillage entre faits scientifiques et opinions pour les profanes. Au cœur des pratiques de « réinformation », cette confusion des faits avec les opinions est au fondement du découpage propre à la désinformation et au complotisme. C'est en cela que la controverse médicale semble opérer un glissement vers la polémique socionumérique. Cette controverse se transforme en polémique lorsque des profanes s'en saisissent et se mobilisent autour de causes et d'enjeux dont le substrat scientifique même leur échappe.

- 33 L'autre enseignement possible, sans doute plus optimiste, viserait à interpréter la situation présente des polémiques socio-numériques comme un état transitoire ; un sas d'acculturation collective, en quelque sorte. Arguant de la nécessité d'ouvrir la science, et ses controverses, au grand public, arguant de la nécessité d'inclure tous les « relais de proximité » (dont les réseaux socio-numériques) dans la communication scientifique, il y aurait dès un instant dédié à l'apprentissage collectif du débat et à la mise en lien, ou en réseau, de toutes les formes de connaissances (savantes et profanes) ; un moment de « mise en dialogue » (Crowley *et al.*, 2021) de l'expertise avec l'échange citoyen, en quelque sorte. L'imperfection est préalablement consubstantielle à cet état transitoire, lequel est fait de tâtonnements, d'excès et de « bricolages » communicationnels assumés par les chercheurs eux-mêmes (Carlino et Molinatti, 2019).
- 34 De tels excès sont sans doute excès à l'origine du *tweet* que le professeur Raoult publie le 12 janvier 2021, par lequel il prend clairement ses distances à l'égard de toutes les pages Facebook créées à son insu et à l'insu de l' IHU. Pour reprendre une vieille métaphore, il serait loisible d'assimiler cette phase de bascule de la controverse médicale à une sorte de « maladie infantile » de la science en voie d'ouverture citoyenne ! Puisse l'âge de la maturité, ainsi attendu, remettre de la raison et de l'intelligence partagée dans cet espace public contemporain par trop fragmenté...

---

## Bibliographie

- ANCONA Matthew d' (2017), *Post-Truth: The New War on Truth and How to Fight Back*, London, Ebury Press.
- BARDIN Laurence (2009), *L'analyse de contenu*, Paris, Presses universitaires de France, coll. Quadrige.  
DOI : 10.3917/puf.bard.2013.01
- BERRIER Astrid (2000), « La conversation, la discussion, le débat... et les autres », *Québec français*, 118, p. 39-41.
- BIALY Shmuel et Abraham LOEB (Avi) (2018), « Could solar radiation pressure explain Oumuamua's peculiar acceleration ? », *The Astrophysical Journal Letters*, 868(1), p. 1-5.
- BRISTIELLE Antoine (2020), « Vaccins : la piqûre de défiance », *Note de la Fondation Jean Jaurès* (Société).
- BRONNER Gérald (2020), « La science, de l'incertitude à la défiance », dans Guillaume ERNER, *L'invité(e)des matins*, 9 juin, France Culture.
- BRONNER Gérald (2021), *Apocalypse cognitive*, Paris, Presses universitaires de France.
- CARLINO Vincent et Grégoire MOLINATTI (2019), « Traces numériques et engagement du chercheur : contribution à une éthique de la communication en régime de controverse », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2, p. 13-25.  
DOI : 10.3917/enic.027.0013
- COULON Alain (2012), *L'École de Chicago*, Paris, Presses universitaires de France, coll. Que sais-je ?.  
DOI : 10.3917/puf.coulo.2020.01
- CROWLEY John, François GROS et Pierre WINICKI (2021), « Comment juguler l'épidémie de défiance ? », *Le Monde*, 7 septembre, p. 30.
- ELTCHANINOFF Michel (2020), « Dans la tête de Didier Raoult », *Philosophie Magazine*, 142, p. 34-39.
- ESQUERRE Arnaud (2018), *Le vertige des faits alternatifs*, Paris, Textuel éd., coll. Conversations pour demain.
- FAURE Guillemette (2020), « Posts hippocritiques », *M Le Mag*, 447, 11 avril, p. 18.
- FOURQUET Jérôme et Marie GARIAZZO (2020), *En immersion. Enquête sur une société confinée*, Paris, Le Seuil.
- GIREL Mathias (2017), « Ignorance stratégique et post-vérité », *Raison présente*, 204(4), p. 83-96, <https://doi.org/10.3917/rpre.204.0083>, consulté le 06 janvier 2021.  
DOI : 10.3917/rpre.204.0083
- ILLOUZ Eva (2020), « Croire à la science ou pas : la question qui pourrait décider de l'avenir du monde », *Le Monde*, 11 décembre, p. 29.
- KATZ Elihu et Paul F. LAZARSFELD (2008), *Influence personnelle, ce que les gens font des médias*, Paris, Armand Colin.

KATZ Elihu (2008), « L'héritage de Paul Lazarsfeld. La puissance des effets limités », préface à *Influence personnelle, ce que les gens font des médias*, Paris, Armand Colin, p. 13-23.

KATZ Elihu, Jay G. BLUMLER et Michael GUREVITCH (1974), « Uses and gratifications research », *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), Oxford University Press, p. 509-523, <https://www-jstor-org.lama.univ-amu.fr/stable/2747854>, consulté le 22 septembre 2020.  
DOI : 10.1086/268109

KLEIN Étienne (2020), *Le goût du vrai*, Paris, Gallimard, coll. Tracts.

LE HIR Pierre (2010), « Chasseur de microbes », *Le Monde*, 20 novembre, p. 18.

LEMAITRE Bruno (2019), *Les dimensions de l'ego. Séduction, dominance, manipulation : la société à l'épreuve des narcissiques*, Lausanne, Quanto-EPLF Press.

LOEB Avi (2021), *Le premier signe d'une vie intelligente extraterrestre*, Paris, Seuil.

NOELLE-NEUMANN Elisabeth (1989), « La spirale du silence, une théorie de l'opinion publique », dossier « Le nouvel espace public », *Hermès, La Revue*, CNRS, 4, p. 181-189.

PELTIER Marie (2018), *Obsession. Dans les coulisses du récit complotiste*, Paris, Inculte.

PENET Pierre (2019), « Fake science et ignorance stratégique : retour sur les récentes controverses autour de l'austérité et du glyphosate », *Études de communication*, 2(53), p. 85-102.  
DOI : 10.4000/edc.9351

PINKER Roy (2020), *Fake news & viralité avant Internet*, Paris, CNRS.

RAOULT Didier (2010), *Dépasser Darwin*, Paris, Plon.

RAOULT Didier (2013), « Le processus de l'innovation peut-il respecter la règle ? Innover et/ou désobéir ? », *Conférence Graph*, 3-5 octobre, Saint-Cyr-sur-Mer, <https://www.youtube.com/watch?v=thaxON18uJs>, consulté le 16 mars 2022.

REICHSTADT Rudy (2019), *L'opium des imbéciles. Essai sur la question complotiste*, Paris, Grasset.

RICHARD Aline et Hélène LE MEUR (dir.) (2014), *Les grandes controverses scientifiques*, Paris, Dunod.

STENGER Thomas et Alexandre COUTANT (2011), « Introduction », dossier « Ces réseaux numériques dits sociaux », *Hermès, La Revue*, Paris, CNRS éditions, 59, p. 9-17.

TARDE Gabriel (1901), *L'opinion et la foule*, Paris, éditions du Sandre.

## Notes

1 « Coronavirus : moins de morts que par accidents de trottinette », IHU vidéo, diffusée le 17 février 2020 ; « Coronavirus, fin de partie », IHU vidéo, diffusée le 25 février 2020.

2 Son audition, le 24 juin 2020, devant la Commission d'enquête sur la gestion de la pandémie à l'Assemblée nationale.

3 Lors de cette même audition du 24 juin 2020, le professeur Raoult invoque des « conflits d'intérêts très sérieux » ; les réserves opposées à l'usage de la chloroquine étant, selon ce dernier, plus fondées sur les impératifs de rentabilité des laboratoires que sur des considérations d'urgence sanitaire.

4 Celle-ci est définie dans l'article 39 du code de déontologie comme le recours à un « remède ou un procédé illusoire ou insuffisamment éprouvé ».

5 Cf. sa déclaration, en février 2020, annonçant la « fin de partie » de la COVID-19 ; sa déclaration sur BFMTV, le 30 avril 2020, à propos du caractère très improbable d'une deuxième vague épidémique.

6 Nous mobilisons ici ce modèle pour étudier les usages et la réception de l'information par l'intermédiaire de la page « Didier Raoult officiel ».

7 Par souci de respecter la confidentialité des données personnelles, nous avons conservé les deux premières lettres des pseudonymes des internautes observés.

## List of illustrations



**Title**

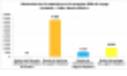
Capture d'écran 1. Exemples de posts diffusés sur la page Facebook « Didier Raoult officiel »

**Caption**

Page Facebook « Didier Raoult officiel », 17 novembre 2020.

**URL**

<http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/15107/img-1.png>

	<b>Déposer</b>	image/png, 328 ko
	<b>URL</b>	<a href="http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/15107/img-2.png">http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/15107/img-2.png</a>
	<b>Déposer</b>	image/png, 363 ko
	<b>Titre</b>	Histogramme 1. Total des <i>publications</i> et des interactions observées du 14 septembre au 14 novembre 2020 de la page Facebook « Didier Raoult officiel »
	<b>URL</b>	<a href="http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/15107/img-3.png">http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/15107/img-3.png</a>
	<b>Déposer</b>	image/png, 83 ko
	<b>Titre</b>	Capture d'écran 2. Exemple d'une « réinformation » diffusée par un utilisateur-récepteur de la page « Didier Raoult officiel » qui se révèle être une fausse information
	<b>Légende</b>	Page Facebook « Didier Raoult officiel », 28 novembre 2020.
	<b>URL</b>	<a href="http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/15107/img-4.jpg">http://journals.openedition.org/communication/docannexe/image/15107/img-4.jpg</a>
	<b>Déposer</b>	image/jpeg, 255k

## Références

### Référence électronique

Stéphanie Lukasik et Marc Bassoni , « Le « cas Raoult » ou la controverse médicale amplifiée par l'influence personnelle » , *Communication* [En ligne], vol. 39/1 | 2022, mis en ligne le 06 juillet 2022 , mis en ligne le 16 novembre 2024 . URL :

<http://journals.openedition.org/communication/15107>; DOI :

<https://doi.org/10.4000/communication.15107>

## À propos des auteurs

### Stéphanie Lukasik

Stéphanie Lukasik est enseignante-chercheuse à l'Université de Lorraine, Centre de recherche sur les médiations (CREM) et chercheuse associée à l'Institut méditerranéen des sciences de l'information et de la communication (IMSIC) des universités d'Aix-Marseille et de Toulon. Courriel : [stephanie.lukasik@univ-lorraine.fr](mailto:stephanie.lukasik@univ-lorraine.fr)

### Marc Bassoni

Marc Bassoni est maître de conférences à l'École de journalisme et de communication d'Aix-Marseille Université (EJCAM), Institut méditerranéen des sciences de l'information et de la communication (IMSIC) des universités d'Aix-Marseille et de Toulon . Courriel : [marc.bassoni@univ-amu.fr](mailto:marc.bassoni@univ-amu.fr)

## Droits d'auteur



Seul le texte peut être utilisé sous licence CC BY-NC-ND 4.0 . Tous les autres éléments (illustrations, fichiers importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.