



HAL
open science

La réinformation ou l'amplification socionumérique de la désinformation

Stéphanie Lukasik, Alexandra Salou

► To cite this version:

Stéphanie Lukasik, Alexandra Salou. La réinformation ou l'amplification socionumérique de la désinformation. *Balisages*, 2024, La désinformation, hier et aujourd'hui. Une approche interdisciplinaire, 1 (7), 10.35562/balisages.1200 . hal-04450534

HAL Id: hal-04450534

<https://hal.science/hal-04450534v1>

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 - ShareAlike 4.0 International License



Balisages

La revue de recherche de l'Enssib

7 | 2023

**La désinformation, hier et aujourd'hui. Une approche
interdisciplinaire. Les acteurs**

La réinformation ou l'amplification socio-numérique de la désinformation

Re-information as the socio-digital amplification of disinformation

Stéphanie Lukasik et Alexandra Salou



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/balisages/1200>

DOI : 10.35562/balisages.1200

ISSN : 2724-7430

Éditeur

École nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques (ENSSIB)

Référence électronique

Stéphanie Lukasik et Alexandra Salou, « La réinformation ou l'amplification socio-numérique de la désinformation », *Balisages* [En ligne], 7 | 2023, mis en ligne le 01 février 2024, consulté le 30 mai 2024.

URL : <http://journals.openedition.org/balisages/1200> ; DOI : <https://doi.org/10.35562/balisages.1200>



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-SA 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

LA RÉINFORMATION OU L'AMPLIFICATION SOCIONUMÉRIQUE DE LA DÉSINFORMATION

Stéphanie Lukasik

Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à Aix-Marseille Université (IMSIC) et chercheuse associée à l'université du Luxembourg
stephanie.lukasik@univ-amu.fr

Alexandra Salou

Docteure, attachée temporaire d'enseignement et de recherche en sciences de l'information et de la communication à Aix-Marseille Université (IMSIC)
alexandra.salou@univ-amu.fr

Au sein de cet article, nous abordons la réinformation en tant qu'amplification socionumérique de la désinformation. La réinformation relève d'une information d'actualité manipulée, diffusée et produite en fonction d'une idéologie. Sa diffusion et sa production ont été amplifiées par le fonctionnement même des réseaux socionumériques. L'utilisation des algorithmes prédictifs facilite et amplifie le partage de tels contenus en créant des bulles de filtre. Pour rendre compte de ce phénomène, nous avons choisi de procéder à une analyse comparative entre le Canada, le Luxembourg et la France. Cet article interroge d'une part les pratiques des professionnels de l'information face à ce phénomène de réinformation amplifié, et d'autre part les publics au prisme de leurs usages et de leurs réceptions de l'information. L'objectif de cet article est d'éclairer la manière dont le développement de la réinformation reconfigure les liens entre journalistes et publics du point de vue des professionnels de l'information et du point de vue des usagers-récepteurs.

Mots-clés: analyse comparative, désinformation, réinformation, publics, journalistes, réseaux socionumériques, Canada, Luxembourg, France

Re-information as the socio-digital amplification of disinformation

In this article, we consider the phenomenon of re-information as a socio-digital amplification of disinformation. Re-information refers to a disinformation practice by which news is manipulated and disseminated according to a particular ideology. The process of "re-informing" is amplified by the functioning of social networks. The use of predictive algorithms facilitates and amplifies the sharing

of such content by creating filter bubbles. To explore this phenomenon, we carried out a comparative study of Canada, Luxembourg and France. We analyze the practices of information professionals faced with the phenomenon of amplified re-information and we consider the uses and reception of re-information by different publics. Our objective is to shed light on the ways in which the development of re-information reconfigures the links between journalists and audiences from the point of view of both information professionals and audiences.

Keywords: comparative analysis, disinformation, re-information, publics, journalists, social media, Canada, Luxembourg, France

INTRODUCTION

Manipuler l'information pour en faire de la désinformation, tel est le fléau qui continue de se propager dans nos sociétés digitales contemporaines (Colon, 2023, Almeida, 2017). L'utilisation du mot-valise « fausse nouvelle » laisse penser que l'information fausse serait aisément réfutable par une simple contre-information (Joux, Péliissier, 2018). En les opposant l'une à l'autre, il semblerait possible de rétablir la vérité. Or, il existe une pratique spécifique de la désinformation qui implique la création d'une fausse information moins facile à catégoriser: il s'agit de la désinformation subtile qui provient du processus de réinformation. Ce procédé de manipulation ambivalent, tout en alimentant un sentiment de défiance vis-à-vis des médias, s'en inspire. La réinformation, une désinformation « nouvelle génération », brouille les frontières de l'information d'actualité aux yeux des publics. À titre d'illustration, la campagne pro-russe surnommée *Doppelganger* (sosie) par l'association EU DisinfoLab a eu pour particularité d'imiter des sites des médias d'information pour désinformer. Des sites d'information français ont été ainsi reproduits à l'identique avec des contenus trompeurs qui prenaient parti pour la Russie dans la guerre qui l'oppose à l'Ukraine. Au total, ce sont dix-sept médias qui ont été clonés dans le but de désinformer et de diffuser une idéologie.

La réinformation se réclamant paradoxalement d'une démarche qui se veut journalistique (Stephan, Vauchez, 2019), on retrouve un vocabulaire médiatique entremêlant ligne éditoriale d'opinion et d'actualité (Blanc, 2018) au sein des pratiques réinformationnelles. C'est à ce phénomène que les journalistes sont désormais confrontés, n'étant plus les seuls à diffuser de l'information (Coutant, 2016) grâce notamment au journalisme citoyen et participatif au

sein du nouvel écosystème informationnel. C'est pourquoi, dans cet article, en mobilisant une méthodologie compréhensive (Boudon, 1998), nous nous intéressons à la manière dont la réinformation réinterroge les pratiques du journalisme. C'est à partir des pratiques de la désinformation observées sur les réseaux siconumériques et des avis exprimés par différents publics et par des journalistes que nous tenterons d'expliquer ce phénomène social. Pour répondre à notre questionnement, nous avons adopté une approche méthodologique mixte dans le cadre de notre recherche (Pluye, 2012), associant l'analyse de contenus médiatiques à des entretiens qualitatifs. L'analyse de contenu a en effet une « *fonction d'administration de la preuve* » (Bardin, 2009, p. 33) alors que les entretiens qualitatifs nous permettent d'approfondir le contenu observé en alliant explication et interprétation. Les méthodes mixtes visent à renforcer les résultats afin d'apporter une contribution heuristique. L'article s'articule ainsi en deux temps, d'une part, nous verrons que l'information d'actualité est au cœur de la désinformation; d'autre part nous considérerons comment des journalistes de trois pays francophones (Canada, Luxembourg, France) font face à cette désinformation.

L'INFORMATION D'ACTUALITÉ AU CŒUR DE LA DÉSINFORMATION

Au prétexte de réinformer les publics d'une information peu ou pas traitée dans les médias dominants (Jammet, Guidi, 2017), la réinformation constitue une nouvelle forme de désinformation en cela qu'elle échappe aux canaux traditionnels de l'information. *Fdesouche*, blog politique fondé en 2005 appartient à cette désinformation très actuelle¹. En prolongement d'une étude menée en 2018 (Lukasik, 2018), nous avons fait le choix de nous intéresser aux effets de la réinformation sur l'information journalistique. Se revendiquant désormais revue de presse, les contenus « réinformés » sont issus des médias et pourraient paraître comme des informations d'actualité sourcées sans problème de désinformation identifiable. Or, ce n'est pas le cas en raison de la mise en forme de ces informations. Par la sélection, l'agrégation et le découpage, le blog *Fdesouche* ne se contente pas de reprendre des informations journalistiques mais fabrique une information bien distincte à partir des contenus produits par les journalistes tout en leur conférant une

1. Le blog *Fdesouche*, fondé en 2005 par Pierre Sautarel, est une revue de presse d'extrême droite qui sélectionne notamment des articles de presse des médias professionnels en les découpant de manière à orienter le récepteur vers une idéologie: la défense d'une identité française menacée par le triptyque « islam, immigration, insécurité » (Doucet, Albertini, 2016).

nouvelle identité de sens. Dès lors, le réel enjeu de *Fdesouche* n'est pas dans la véracité des informations mais dans leur mise en forme. C'est en cela qu'il n'est pas uniquement question d'apporter une autre information aux publics mais bien de désinformer, puisque le but de cette sélection et de ce découpage est de diffuser une idéologie d'extrême droite.

Cette propagation de l'information soulève un véritable enjeu pour le traitement de l'information. D'autant plus que la réinformation faisant fi des frontières nationales, ce phénomène touche différents pays². Cependant, l'information utilisée dans la réinformation, puisqu'elle est sourcée et en provenance le plus souvent des médias eux-mêmes (Alloing, Vanderbiest, 2018), est difficilement décelable pour les usagers dans la temporalité courte des réseaux socionumériques. Diffusée à foison en raison du fonctionnement prédictif des algorithmes des réseaux socionumériques, cette désinformation est amplifiée (Edelson *et al.*, 2021) par le partage homophile des contenus (Lukasik, 2020) et peut enfermer l'utilisateur dans des bulles de filtre réinformationnelles (Pariser, 2011). La désinformation est diffusée horizontalement entre les publics d'utilisateurs-récepteurs du quotidien (Lukasik, 2021). Cette horizontalité constitue d'ailleurs le point aveugle dans la lutte contre la désinformation par les médias (Carlino *et al.*, 2021). Les résultats d'une étude portant sur l'évaluation des problèmes des *fake news* à l'échelle de l'ensemble de l'écosystème informationnel américain (Allen *et al.*, 2020) en témoignent. Selon ces résultats, les fausses informations sont extrêmement rares; elles ne représentent qu'environ un dixième de 1 % de l'alimentation quotidienne globale de la désinformation. En réalité, la majorité de la désinformation serait issue des contenus des informations d'actualités ordinaires comme c'est le cas de ces contenus repris à mauvais escient ou dé/recontextualisés dans le but de diffuser une idéologie.

Pour tenter de comprendre ce phénomène transnational de réinformation et son amplification socionumérique, nous avons sélectionné trois pays francophones dont les médias sont régulièrement repris par *Fdesouche*: la France, le Canada et le Luxembourg. Différents par leur superficie et leur géographie, ces pays ont été choisis afin de comparer la réinformation à différents niveaux (au niveau d'un pays de petite taille pour le Luxembourg, au niveau d'un pays de taille moyenne pour la France et à l'échelle d'un pays de grande taille pour

2. *Fdesouche* fabrique de la désinformation à partir d'articles repris de médias de différents pays; en voici deux exemples: l'article du média luxembourgeois *L'Essentiel* « Dans le quartier, les dealers ne se cachent plus », datant du 8 septembre 2021, est repris et diffusé le 16 septembre 2021 par *Fdesouche*; l'article « Trois entrepreneurs coupables d'avoir embauché 178 travailleurs illégaux dans les hôtels », publié le 16 septembre 2021 par *Le Soleil* un média canadien, sera repris sous un autre titre le 17 septembre 2021 par *Fdesouche*. Ces reprises manipulées circulent ensuite sur les plateformes socionumériques.

le Canada). Ce choix a pour origine certains des résultats d'une étude longitudinale commencée en 2017. Cette dernière nous a permis d'identifier l'un des arguments clés mis en avant par certains publics pour expliquer leur intérêt pour la réinformation : le manque de proximité des médias avec les publics (Lukasik, 2021). La taille du pays nous a ainsi semblé un élément de comparaison pertinent pour étudier la manière dont la réinformation et ses publics réinterrogent les pratiques journalistiques. Pour ce faire, nous avons choisi d'opérer une méthodologie mixte quantitative et qualitative en trois temps. D'abord, nous avons observé une information telle qu'elle est diffusée par un média traditionnel en la comparant à la version manipulée et remise en circulation par *Fdesouche*, ceci afin de comparer la viralité des contenus et les profils des usagers-récepteurs qui diffusent ces messages. Ensuite, nous avons mené des entretiens qualitatifs avec les publics séduits par la réinformation. En dernier lieu, après avoir identifié les médias concernés par ce détournement de contenus par *Fdesouche*, nous avons mené des entretiens qualitatifs avec quelques journalistes dont les articles ont été repris à mauvais escient.

UN CAS DE RÉINFORMATION : DU FIGARO À FDESOUCHE

En premier lieu, nous avons observé à titre exploratoire une information d'actualité ordinaire en provenance du journal *Le Figaro* repris par *Fdesouche* sur Twitter.

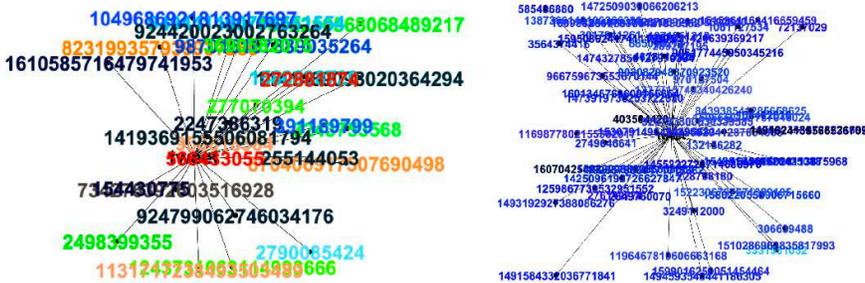
Figures 1 (*Le Figaro*) et 2 (*Fdesouche*). Captures d'écran du 8 janvier 2023



La particularité de ces deux posts qui peuvent sembler similaires à première vue est la reprise du contenu journalistique d'un média professionnel *Le Figaro* par *Fdesouche*. Cette reprise est effectuée selon le procédé du copier-coller-couper (Lukasik, 2018) en changeant notamment le titre donné par le journaliste et en sélectionnant des bribes de l'article pour essentialiser l'information en fonction de l'idéologie d'extrême droite de *Fdesouche*. En comparant les interactions autour de ces deux posts³, nous avons pu observer l'amplification socionumérique. Même si le nombre de vues demeure plus important pour *Le Figaro* (29 300 vues contre 16 400 vues pour *Fdesouche*), en raison du fonctionnement des réseaux socionumériques (Lukasik, 2021), ce sont les interactions qui font la viralité et rendent visible un contenu dans les fils d'actualités auprès des autres usagers-récepteurs. Les interactions pour *Fdesouche* sont les plus importantes : 65 retweets pour *Fdesouche* contre 29 retweets pour *Le Figaro*. De plus, le post de *Fdesouche* a généré 208 likes tandis que *Le Figaro* en a récolté seulement 81⁴.

Lorsque nous avons ensuite souhaité qualifier⁵ cette viralité en identifiant les individus qui ont retweeté par affinité politique, un manque de pluralisme est apparu.

Figures 3 et 4. L'affinité politique des individus ayant retweeté le post du *Figaro* (à gauche) et le post de *Fdesouche* (à droite)



3. Nous utilisons le terme « interactions » pour désigner tout à la fois les réactions, les commentaires et les partages réalisés par les internautes par rapport à des posts.
 4. Nous ne nous intéressons ici qu'à l'information diffusée, et non pas au nombre d'abonnés de la page ni au taux d'engagement de la page, car notre objectif est de comparer les interactions par rapport au contenu informationnel.
 5. Les deux corpus des tweets ont été récupérés via un logiciel d'extraction de données en Python. Ces deux corpus ont été ensuite insérés dans Gephi, couplé à l'algorithme « Force Atlas 2 » (Jacomy, 2015) afin de visualiser la propagation des tweets. À partir de cette visualisation, nous avons pu automatiquement générer un graphe composé des comptes « nœuds » selon la théorie des graphes (Albert, Barabási, 2002). Nous avons ensuite parcouru un à un les profils afin d'être en mesure d'identifier les individus selon leur affinité politique. Enfin, une nouvelle fois sur Gephi, nous avons paramétré pour chaque nœud une couleur pour relier chaque compte à une affinité politique.

Ci-dessus le graphe de gauche (fig. 3) représente les individus qui ont retweeté le post du *Figaro*. Le graphe de droite (fig. 4) représente ceux qui ont retweeté l'information publiée par *Fdesouche*. Les noms des usagers-récepteurs ont été anonymisés par des chiffres par respect pour le règlement général sur la protection des données (règlement UE 2016/679). Les couleurs correspondent aux partis politiques suivants : orange pour Renaissance (le parti présidentiel), vert pour la gauche (PS, Nupes), bleu foncé pour l'extrême droite (RN et Reconquête), bleu clair pour la droite républicaine (LR). Le rouge est utilisé pour un journaliste et le noir pour les individus qui n'ont pas d'affiliation politique renseignée. Concernant le post du *Figaro*, les individus qui l'ont retweeté sont issus d'affinités politiques plurielles tandis que les individus qui ont retweeté le post de *Fdesouche* sont issus d'affinités politiques homogènes, essentiellement à droite et à l'extrême droite. On retrouve ici, à travers cette identification des interactions de *Fdesouche* via les retweets, le principe d'homologie axiologique (Smyrnaio, Ratinaud, 2017). Autrement dit, un individu peut retweeter majoritairement des affirmations idéologiques en adéquation avec ses opinions. Cette homophilie politique peut aller ainsi au-delà de l'enfermement idéologique de l'individu. En choisissant *Fdesouche*, les usagers-récepteurs sont susceptibles d'être exposés à une réappropriation des contenus journalistiques mise en forme et réduite. Ils ne disposent plus de tous les aspects d'une information et des différents points de vue pour se forger une opinion.

LES RAISONS DE L'ATTACHEMENT À LA RÉINFORMATION : UNE MÉFIANCE À L'ÉGARD DES MÉDIAS TRADITIONNELS

Cette réappropriation séduit néanmoins certains usagers-récepteurs et crée un engouement devenu viral. Pour comprendre cette amplification socio-numérique produite par les publics, nous avons dans un deuxième temps recueilli et analysé qualitativement sept témoignages des publics de la réinformation des trois pays choisis (hommes et femmes de 29 à 55 ans). Ces individus ont été choisis après une observation de leurs interactions en ligne par rapport aux contenus de réinformation issus des réseaux socio-numériques. Des entretiens anonymisés ont été menés jusqu'en septembre 2022. Les principales raisons mises en avant pour expliquer le fait qu'ils se détournent des médias professionnels au profit de la réinformation sont un manque de représentativité et de pluralisme dans les médias et un manque d'intégrité et d'indépendance

des journalistes. Quelques verbatims particulièrement révélateurs illustrent cette méfiance à l'égard des médias professionnels :

Les médias? Maintenant, je les évite et je m'en méfie car ils ne me représentent pas et ne me considèrent pas (D., Canada, 40 ans).

Il y a des sujets sur lesquels je souhaite m'informer mais les médias ne les traitent pas car ils ne sont pas indépendants. Moi, les sujets d'information qui m'intéressent, je vais les chercher ailleurs (P., Luxembourg, 55 ans).

C'est ce que semble partager également Alexander Samuel, Français de 37 ans, qui avait pris part au mouvement français des «gilets jaunes». Il a un profil que l'on pourrait qualifier de «réinformateur» dans le sens où il explique en entretien aller à la recherche d'informations alternatives car il considère qu'un certain nombre de sujets sont insuffisamment traités par les médias. La réinformation sous ses différentes formes (reprise de contenus journalistiques, recherche et/ou production d'informations alternatives) a ainsi toujours le même point de départ : la volonté d'exposer une information qui serait cachée des médias ou de mettre en lumière une information noyée sous la masse d'informations quotidiennes. Cette volonté va de pair avec un engagement idéologique et dépasse les clivages politiques (Lukasik, Bassoni, 2022). Militant revendiqué d'extrême gauche, Alexander Samuel s'engage quotidiennement dans les thématiques de violence et de santé publique. Il consacre son temps libre à apporter une information inédite non traitée dans les médias. Là où la réinformation est paradoxale c'est qu'elle peut même prendre la forme d'une lutte contre la désinformation. Pendant la pandémie, Alexander Samuel, tout en prenant soin de «réinformer», a d'ailleurs particulièrement lutté contre la désinformation. Se considérant comme lanceur d'alerte, il va lui-même sur le terrain pour approfondir et vérifier l'information, allant même jusqu'à parfois en produire⁶. Extrêmement critique par rapport à tout contenu, il témoigne d'un esprit critique exacerbé qu'il avoue être variable selon les médias :

6. Ici, la réinformation correspond à l'origine de sa signification «informer à nouveau». Elle provient du constat qu'une information n'est pas suffisamment traitée dans les médias et relève d'une mise en forme différente de celle des journalistes. Dans le cas d'Alexander Samuel, il s'agissait de la toxicité du gaz lacrymogène utilisé dans les manifestations. Alexander Samuel fait le constat que cette information n'est pas traitée dans les médias. Il part des informations produites par les médias et veut donc «réinformer» à ce sujet en produisant notamment lui-même de l'information à ce sujet. Cette réinformation a été réfutée dans les médias. En ligne : https://www.francetvinfo.fr/faits-divers/police/violences-policiers/vrai-ou-fake-le-gaz-lacrymogene-est-il-toxique-sur-le-long-terme_5817404.html.

Il y a des médias auxquels j'ai un peu plus confiance que d'autres mais je n'accorde pas ma confiance d'office (...) je regarde vraiment les différentes informations. Pour moi, l'information c'est une pratique qui prend beaucoup de temps (Alexander Samuel, France, 37 ans).

Alexander Samuel explique que cette confiance accordée parcimonieusement aux médias va au-delà du choix de la ligne éditoriale dans le traitement de l'actualité. Selon lui, le champ lexical, le vocabulaire choisi, l'interprétation des faits y sont pour beaucoup. Il affirme ressentir une interprétation trop partisane de l'information.

Il faut noter que les individus interrogés s'informent quotidiennement mais remettent en cause le traitement de l'information par les journalistes. Il s'agit de l'essence même de la réinformation : dénoncer un manque d'objectivité et un manque de pluralisme dans les médias (Doutreix, Barbe, 2019). Au-delà des clivages politiques, la réinformation dévoile ainsi une incommunication plus profonde entre les journalistes et ces publics.

CANADA, LUXEMBOURG, FRANCE : LES JOURNALISTES FACE À LA RÉINFORMATION

Notre démarche info-communicationnelle s'attachant toujours à relier la considération des publics et celle des médias, nous avons dans un troisième temps sélectionné les médias concernés par la réappropriation de leurs contenus à des fins de désinformation et nous avons interrogé les journalistes de ces médias. Pour ce faire, un corpus d'articles copiés, collés, coupés et repris des médias en question a été constitué par nos soins : *Journal du Dimanche (JDD)* et *Slate.fr* pour la France ; *L'Essentiel* pour le Luxembourg ; *Le Journal de Montréal* et *Le Soleil* pour le Canada. Des entretiens ont été menés en août et septembre 2022 avec sept journalistes des trois pays choisis. Les journalistes ont été sélectionnés en raison de leur appartenance aux médias repris par le site de réinformation *Fdesouche* qui ensuite diffuse ces contenus sur les réseaux socio-numériques, vecteurs d'amplification (Vosoughi *et al.*, 2018 ; Theviot, 2020). Dans la mesure du possible, nous avons interviewé les journalistes auteurs des articles directement concernés par la reprise des contenus.

Pour le Canada, nous nous sommes intéressés aux médias francophones repris par *Fdesouche* à savoir *Le Journal de Montréal* et *Le Soleil*, deux médias québécois. Les professionnels interviewés ont mis en avant certaines solutions possibles que les journalistes pourraient apporter au problème de la désinformation. Selon Frédéric Bastien, journaliste chroniqueur au *Journal de Montréal*, professeur à l'Université de Montréal et ancien journaliste pour

l'AFP au Canada, la réinformation met en lumière la nécessité de davantage de pluralisme dans les médias pour lutter contre la désinformation. Les médias, selon lui, devraient davantage sonder le grand public pour choisir les informations à traiter :

Je pense que les journalistes gagneraient à connaître les préoccupations et à mieux essayer d'intégrer dans les reportages des sujets qui vont être plus en phase avec l'opinion (Frédéric Bastien, Journal de Montréal, Canada).

Selon lui, les journalistes sont les plus à même de traiter les sujets de préoccupation du grand public, en dépassant les pratiques actuelles de *fact-checking* et de *debunking* (Carlino, Pignard-Cheynel, 2023). Au lieu de traiter un sujet *a posteriori* comme c'est le cas dans le *fact-checking*, les journalistes pourraient se saisir en amont de sujets qui préoccupent les individus et les aborder de la manière la plus qualitative possible en respectant la déontologie et l'éthique journalistiques, ce qui devrait permettre selon lui de mieux réguler la désinformation.

Pour sa part Éric Trottier, directeur général et éditeur du journal *Le Soleil*, considère aussi que le fait de se rapprocher du public séduit par la réinformation pourrait constituer un début de réponse. Au journal *Le Soleil*, les journalistes veillent d'ailleurs à bien respecter une diversité d'opinions lors des interviews sur le terrain. Cette diversité de points de vue se manifeste jusqu'à la décision inédite d'abolir la ligne éditoriale du journal en 2015 depuis l'élaboration de leur coopérative :

On a décidé de ne plus avoir de ligne éditoriale et de vraiment juste se consacrer à faire du journalisme neutre et le plus objectif possible. Ce qui ne veut pas dire qu'on n'a pas d'opinion, on a encore des pages d'opinion mais on les ouvre à tout le monde (Éric Trottier, Le Soleil, Canada).

Pour Éric Trottier, il s'agit d'une réponse à la désinformation et à la remise en cause de la légitimité des journalistes. Ces derniers, selon lui, ne doivent pas hésiter à renouer avec leur rôle de quatrième pouvoir en allant vérifier l'application des promesses de campagnes des politiques. La vérification de l'information ne se limite pas ainsi à la détection des fausses informations mais pourrait trouver un renouveau dans les vérifications qui préoccupent quotidiennement les citoyens.

Concernant le Luxembourg, ce sont trois journalistes du journal *L'Essentiel* qui ont été interrogés. *L'Essentiel* est un média grand public francophone

distribué gratuitement et fréquemment repris à mauvais escient dans un but de réinformer. Il nous a semblé intéressant d'interroger trois journalistes aux parcours différents, exerçant au plus près des publics luxembourgeois et qui ont une connaissance du terrain journalistique français et canadien en plus du Luxembourg. Thomas Holzer, journaliste à *L'Essentiel*, qui a également exercé au Canada à la radio francophone *Choq FM* de Toronto, a vu ses articles repris à plusieurs reprises par les sites de réinformation, comme celui reproduit ci-dessous.

Figure 5. À gauche, l'article repris par *Fdesouche*, et à droite, l'article original de *L'Essentiel*



Cet article est à l'origine issu d'un traitement journalistique d'une information d'actualité ordinaire. En reprenant l'article, *Fdesouche* change le titre et découpe l'information en sélectionnant uniquement certains passages. Cette réutilisation des contenus journalistiques sans respect de l'angle journalistique ni de la mise en forme de l'information choisie par le journaliste constitue une désinformation au service d'une idéologie. De plus, lorsque l'article subtilement modifié est diffusé via les réseaux siconumériques, la distinction entre l'original et la version modifiée s'avère compliquée à détecter pour le lecteur. Dans un espace de temps limité, l'utilisateur-récepteur ne lit pas forcément l'intégralité de l'article et peut s'arrêter au titre et au chapô. La source de média, qui est mentionnée et apparente, constitue, elle aussi, un piège puisque les usagers-récepteurs peuvent s'en contenter et ne pas faire l'effort de se rendre sur le site du média pour comparer les deux contenus.

Cette manipulation de l'information embarrasse le journaliste qui se trouve dépossédé de son travail et du sens de son traitement de l'information. Cette réutilisation de contenus par la réinformation a eu pour effet une remise en question des pratiques au journal, comme nous l'indique Nicolas Martin, journaliste à *L'Essentiel* depuis 2007 et anciennement membre de l'équipe de rédaction de *L'Est républicain* en France :

On se questionne davantage sur l'impact de tel ou tel titre (...) on réfléchit à ce qu'on écrit et aux conséquences que ça peut avoir...
(Nicolas Martin, *L'Essentiel*, Luxembourg).

Selon Nicolas Martin, l'information journalistique souffre aujourd'hui d'une confusion avec l'opinion. Pour lui, il y a un réel besoin de résoudre le problème de cette incompréhension récurrente de la part de certains publics. Il défend notamment un élargissement de l'éducation aux médias, trop limitée selon lui à la maîtrise d'outils (littérature numérique), pour prendre en compte plus spécifiquement les procédés de mise en forme de l'information tels que pratiqués dans le journalisme. Selon lui, les sites de réinformation jouent de cette incompréhension. Ce constat rejoint la vision de Séverine Goffin, elle aussi journaliste à *L'Essentiel*. Pour elle, les problèmes que l'on retrouve dans l'espace digital sont le reflet de la société qui ne s'est pas complètement adaptée aux outils numériques ni aux phénomènes d'amplification associés à la diffusion des contenus via les réseaux socionumériques.

En France, pour la journaliste du *Journal du Dimanche* (JDD) que nous avons interviewée, la reprise potentielle de ses articles à mauvais escient remet en question son travail de mise en forme de l'information, y compris la manière dont elle construit ses articles, son écriture et son choix de mots. Selon cette journaliste, qui souhaite préserver son anonymat, il y a également une incompréhension concernant la profession de journaliste de la part du grand public :

Il y a un gros problème de communication sur la façon dont on fait notre métier et c'est pour ça que ces sites-là fonctionnent
(Journaliste, JDD, France).

Selon cette journaliste, l'incompréhension des publics vis-à-vis des médias traditionnels semble bien ancrée et cela concerne toutes les tranches d'âge. Car, en plus de son travail, la journaliste effectue un peu d'éducation aux médias dans des écoles. Certains enfants, qui présentent une vision diabolisée des journalistes, n'hésitent pas à questionner très vite son rapport à la vérité. Selon son expérience d'éducatrice aux médias, pallier ce manque de

connaissances des populations sur le fonctionnement des médias et la mise en forme de l'information permettrait de poser les bases d'un dialogue. Elle estime qu'il s'agit d'un dialogue trop souvent absent à l'heure actuelle en raison d'une pratique journalistique de plus en plus de *desk*⁷ au détriment du terrain. Les contraintes économiques et temporelles des journalistes ont gagné en effet les rédactions, limitant ainsi la pratique du terrain (Accardo, 2007) et rendant ainsi les rencontres avec les gens de plus en plus rares dans leur quotidien. Or, d'après cette journaliste les rencontres entre journalistes et société civile relèvent d'une véritable nécessité. Selon la journaliste pigiste de *Slate.fr*, Hélène, il s'agit également d'une tradition avec laquelle le journalisme doit renouer. Pour sa part, Hélène veille à respecter cette tradition dans sa pratique du journalisme. Elle choisit ses sujets en échangeant avec différents publics. Elle priorise la production de l'information à la diffusion en allant à la recherche de sujets directement sur le terrain :

Souvent mes articles viennent de choses que j'entends (...) c'est comme ça que vient la genèse d'un article (Hélène, *Slate.fr*, France).

La pratique du journalisme professionnel a ainsi besoin avant tout, selon elle, de s'inspirer du public et de se rapprocher de leurs préoccupations. Tout en respectant la déontologie et l'éthique du journalisme, cela permettrait à son avis de produire un journalisme en phase avec la diversité des publics.

CONCLUSION

Selon les journalistes que nous avons interrogés, renouer avec l'horizontalité en intégrant davantage les publics et leur pluralité serait la solution pour une affirmation du journalisme face à la désinformation. Le fonctionnement des réseaux siconumériques étant à considérer désormais comme un vecteur d'amplification de la désinformation, se rapprocher des publics permettrait selon cette perspective la réactivation de formes de journalisme participatif (Pignard-Cheynel, 2018; Singer *et al.*, 2011). Ces nouvelles formes de *public journalism* (Charity, 1995; Merritt, 1995), actualisées par les réseaux siconumériques et inhérentes à la chaîne de production journalistique, pourraient-elles devenir des piliers d'une co-construction démocratique avec les publics? Repenser en profondeur la manière de procéder à la couverture journalistique et réinterroger les attentes des publics (Watine, 2003) seraient selon cette proposition, une piste pour replacer le citoyen au centre des pratiques

7. De bureau. Par exemple, au sein de ce type de journalisme, l'interview téléphonique s'est imposée au détriment de l'interview en face-à-face.

journalistiques. Il s'agirait de mettre en avant le sens de quatrième pouvoir afin de permettre aux publics de mieux distinguer, dans la production de l'information, le rôle des journalistes professionnels de celui des acteurs non professionnels. Comme son étymologie l'indique, la mise en forme de l'information « peut être un facteur de désordre et détruire l'information » (Huygue, 2002). Face à ce type de désordre informationnel, les journalistes ont certainement un rôle à jouer, notamment pour créer davantage de transparence sur leurs pratiques.

Une dynamique d'autoréflexivité concernant l'identité du journaliste face au numérique (Pignard-Cheynel, Sebbah, 2013) semblerait en effet essentielle dans un contexte où la désinformation envahit les réseaux socio-numériques et où des formes d'information et de désinformation se côtoient. Si on considère que les publics manquent de repères pour distinguer une information de qualité et la réutilisation de contenus journalistiques à des fins manipulatoires, il semble en effet nécessaire de promouvoir ou de renforcer une connaissance des procédés de mise en forme des informations (Roozenbeek *et al.*, 2022), tout en apportant des éléments permettant une appréhension de la valeur de l'information (Huygue, 2002). En se familiarisant, par le biais de dispositifs éducatifs ou de sensibilisation, avec les procédés et les pratiques de la désinformation, l'utilisateur pourrait développer ses capacités à reconnaître des contenus issus de la réinformation et des intelligences artificielles génératives.

BIBLIOGRAPHIE

- Accardo, A. (2007). *Journalistes précaires, journalistes au quotidien*. Paris : Agone.
- Albert, R. et Barabási, A.-L. (2002). Statistical mechanics of complex networks. *Reviews of Modern Physics*, 74, n° 1, p. 47-97. DOI: <https://doi.org/10.1103/RevModPhys.74.47>.
- Allen, J., Howland, B., Mobius, M. *et al.* (2020). Evaluating the fake news problem at the scale of the information ecosystem. *Science Advances*, vol. 6, n° 14. DOI: <https://doi.org/10.1126/sciadv.aay3539>.
- Alloing, C. et Vanderbiest, N. (2018). La fabrique des rumeurs numériques. Comment la fausse information circule sur Twitter? *Le Temps des Médias*, n° 30, p. 105-123. DOI: <https://doi.org/10.3917/tm.030.0105>.
- Almeida, F. (d') (2017). *La manipulation*. Paris : Presses universitaires de France.
- Bardin, L. (2009). *L'analyse de contenu*. Paris : Presses universitaires de France.
- Blanc, C. (2018). *Théories et praxis de la «réinformation»*. *Militantisme catholique traditionaliste et pratiques info-communicationnelles sur Internet*. Thèse de doctorat sous la direction d'Alain Kiyindou. Université Bordeaux-Montaigne.
- Boudon, R. (1998). L'«analyse empirique de l'action» de Lazarsfeld et la tradition de la sociologie compréhensive. Dans Lautman, J. et Lécuyer, B-P. (dir.), *Paul Lazarsfeld (1901-1976), la sociologie de Vienne à New York* (p. 363-382), Paris: L'Harmattan.
- Carlino, V. (2021). *Un retour vers les publics? Les journalistes entre vérification collaborative et transparence des pratiques professionnelles*. Colloque scientifique international Journalisme et plateformes : information, infomédiation et «fake news», Institut méditerranéen des sciences de l'information et de la communication (IMSIC), Marseille.
- Carlino, V., Pignard-Cheynel, N., Loubère, L. *et al.* (2021). Naviguer dans les traces numériques sur Twitter. Retour sur la conception d'un dispositif de cartographie de données à destination de journalistes. *Intelligibilité du numérique*, n° 2. DOI: https://dx.doi.org/10.34745/numerev_1707.
- Carlino, V., Pignard-Cheynel, N. (2023). Du fact-checking au debunking : quand les publics s'immiscent dans la lutte des journalistes contre les fake news. Dans Joux, A. (dir.), *Journalisme et «post-vérité»* (p. 107-122), Paris : CNRS Éditions.
- Colon, D. (2023). *La guerre de l'information. Les États à la conquête de nos esprits*. Paris : Éditions Tallandier.
- Coutant, A. (2016). « Vu sur Facebook! » : l'impensé des médias siconumériques. Dans Robert P. (dir.), *L'impensé numérique*. Tome 1: *des années 1980 aux réseaux sociaux* (p. 105-117), Paris : Éditions des Archives contemporaines.
- Charity, A. (1995). *Doing Public Journalism*. New York: Guilford Press.
- Doucet, D., Albertini D. (2016). *La fachosphère : comment l'extrême droite remporte la bataille d'Internet*. Paris : Flammarion.
- Doutreix, M., Barbe, L. (2019). Légitimer et disqualifier : les Fake News saisies comme opportunité de normalisation du champ journalistique. *Études de communication*, n° 53, p. 49-66. DOI: <https://doi.org/10.4000/edc.9242>.

Edelson, L., Nguyen, M., Goldstein, I. et al. (2021). Understanding engagement with U.S. (mis)information news sources on Facebook. Dans *IMC '21: Proceedings of the 21st ACM Internet Measurement Conference* (p. 444-463), ACM Digital Library. DOI: <https://doi.org/10.1145/3487552.3487859>.

Huygue, F.-B. (2002). *Écran/Ennemi. Terrorismes et guerres de l'information*. Paris: Éditions 00h00. Repéré à: <https://www.veille.ma/IMG/pdf/terrorismes-guerres-information.pdf>.

Jacomy, M. (2015). L'analyse visuelle de réseaux: explorer le social grâce au numérique. *I2D - Information, données & documents*, n° 52, p. 60-61. DOI: <https://doi.org/10.3917/i2d.152.0060>.

Jammet, T. et Guidi, D. (2017). Observer *Les Observateurs*. Du pluralisme médiatique au populisme anti-islam, analyse d'un site de « réinformation » suisse et de ses connexions ». *Réseaux*, n° 202-203, p. 241-271. DOI: <https://doi.org/10.3917/res.202.0241>.

Joux, A. et Pélissier, M. (dir.) (2018). *L'information d'actualité au prisme des fake news*. Paris: L'Harmattan.

Lukasik, S. et Bassoni, M. (2022). Le « cas Raoult » ou la controverse médicale amplifiée par l'influence personnelle. *Communication*, vol. 39, n° 1. DOI: <https://doi.org/10.4000/communication.15107>.

Lukasik, S. (2021), *L'influence des leaders d'opinion. Un modèle pour l'étude des usages et de la réception des réseaux socionumériques*. Préface de Rémy Rieffel. Paris: L'Harmattan.

Lukasik, S. (2020). Homophilie. *Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. En ligne : <https://publicationnaire.huma-num.fr/notice/homophilie>.

Lukasik, S. (2018). À la frontière des fake-news, entre « réinformation » et désinformation. Le cas du blog *Fdesouche*. Dans Joux, A. et Pélissier, M. (dir.), *L'information d'actualité au prisme des fake news* (p. 135-157), Paris: L'Harmattan.

Merritt, D. (1995). *Public Journalism and Public Life: Why Telling the News is not enough*. Hillsdale (N.J.): Laurence Erlbaum Associates.

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: The Penguin Press.

Pignard-Cheyne, N. et Sebbah, B. (2013). L'identité des journalistes du Web dans des récits de soi. *Communication*, vol. 32, n° 2. DOI: <https://doi.org/10.4000/communication.5045>.

Pignard-Cheyne, N. (2018). Journalisme participatif. *Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. En ligne : <http://publicationnaire.huma-num.fr/notice/journalisme-participatif>.

Pluye, P. (2012). Les méthodes mixtes. Dans Dagenais, C. et Ridde, V. (dir.), *Approches et pratiques en évaluation de programmes* (p. 125-143), Montréal: Presses de l'Université de Montréal.

- Roozenbeek, J., Van Der Linden, S., Lewandowsky, S. *et al.* (2022). Psychological inoculation improves resilience against misinformation on social media. *Science advances*, vol. 8, n° 34. DOI: <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.abo6254>.
- Singer, J., Domingi, D., Heinonen, A. *et al.* (2011). *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Hoboken, New Jersey: Wiley-Blackwell.
- Smyrnaio, N. et Ratinaud, P. (2017). The Charlie Hebdo Attacks on Twitter: A Comparative Analysis of a Political Controversy in English and French. *Social Media + Society*, vol. 3, n° 1. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305117693647>.
- Stephan, G. et Vauchez, Y. (2019). Réinformation. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. En ligne : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/reinformation>.
- Theviot, A. (2020). Facebook, vecteur d'amplification des campagnes négatives ? Le cas d'Ali Juppé lors de la primaire de la droite et du centre en 2016. *Questions de communication*, vol. 38, n° 2, p 101-124. DOI: <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.23770>.
- Vosoughi, S., Deb, R. et Sinan, A. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, vol. 359, n° 6380, p. 1146-1151. DOI: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.
- Watine, T. (2003). Le modèle du « Journalisme public », *Hermès, La Revue*, n° 35, p. 231-239. DOI: <https://doi.org/10.4267/2042/9339>.