

La réinformation : objet frontière de désinformation numérique à identifier

Colloque Frontières numériques

Mardi 7 Juin 2023

Alexandra Salou, Stéphanie Lukasik

Hammamet, Tunisie



Introduction

La réinformation : objet de recherche à identifier

- La réinformation se définit par l'utilisation manipulée des informations qui sont issues le plus souvent des médias eux-mêmes (Alloing, Vanderbiest, 2018).
- Ces informations sont réutilisées à mauvais escient pour mésinformer et désinformer.
- La réinformation est identifiable par les procédés du copier-coller-couper et du rapiècement de l'information (Lukasik, 2018).
- La réinformation est difficilement décelable dans une temporalité courte des espaces socionumériques.
- Elle constitue de nouveaux enjeux dans la diffusion des *fake news*, et doit être considérée à la fois par les journalistes mais aussi par les publics.
- Il y a une nécessité d'interroger la reconfiguration des pratiques des professionnels de l'information à l'aune de la réinformation qui peinent à être identifiées : « *comme une arène publique nécessitant et méritant une attention à part entière chez les journalistes* » (Carlino et al., 2021).

Questions de recherche, hypothèse, problématique

Questions de recherche : Dans quelle mesure les journalistes peuvent faire face à la réinformation ? Et surtout quelles sont leurs possibilités de reconfiguration de leurs pratiques pour répondre aux publics lorsque l'information à l'origine de qualité professionnelle se retrouve manipulée à leur insu ?

Hypothèse : *La réinformation* en tant qu'information manipulée reconfigure les liens entre journalistes et publics.

Problématique : En quoi la réinformation réinterroge les liens entre journalistes et publics ?

Enjeux de la recherche : Analyser les pratiques des professionnels de l'information face au phénomène de réinformation.

Seront interrogés les sujets de la crédibilité, de la confiance et de l'utilisation des sources d'information du point de vue des professionnels de l'information à partir des préoccupations soulevées par les publics.

La réinformation : un phénomène globalisé qui nécessite une méthodologie mixte

- Analyse exploratoire quantitative et qualitative d'un contenu journalistique repris pour réinformer sur *Twitter*.
- En combinaison d'une exploration indicative du phénomène des usages réinformationnels sur *Twitter*, nous avons réalisé une démarche inductive qualitative compréhensive autour des pratiques de réception de l'information, proche des récits de vie (Lazarsfeld, 1935).
- Méthodologie en deux temps :
 - 1) Analyse qualitative des témoignages de publics qui ont développé un usage et une réception de l'information réinformationnelle.
 - 2) Entretiens qualitatifs semi-directifs de journalistes : à partir d'une observation des contenus médiatiques réutilisés à mauvais escient pour mésinformer et désinformer, nous avons sélectionné les médias concernés et interrogé des journalistes de ces médias.
- Objectif : obtenir des pistes de compréhension du détournement des médias traditionnels par certains publics au profit d'une autre réception de l'information afin de pouvoir ensuite interroger la reconfiguration des pratiques journalistiques à l'aune de cet enjeu contemporain.
- Une étude longitudinale portant sur la question de la réinformation qui a été initiée en France lors de nos travaux précédents dès 2018 (Lukasik, 2018).

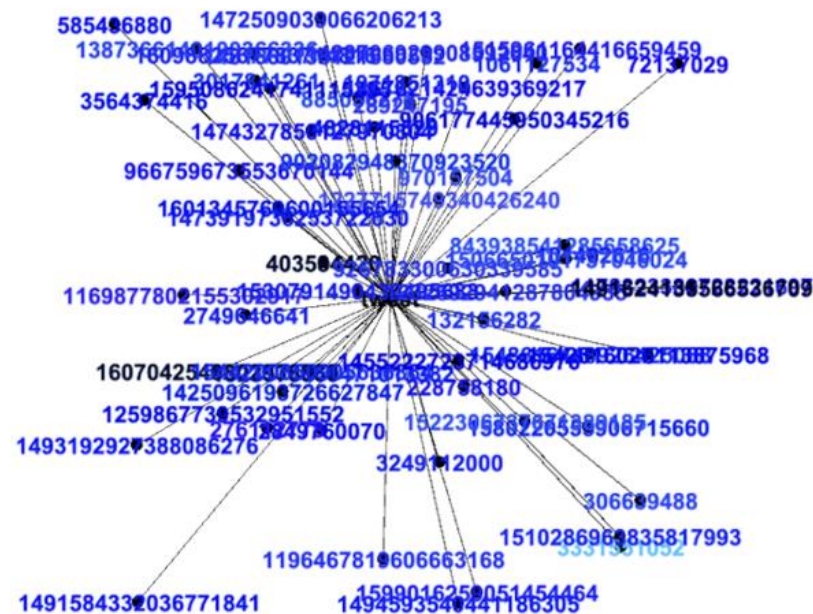
- Choix de poursuivre la réflexion en France et dans deux pays francophones : Le Canada et le Luxembourg.
- Ces pays sont certes divers par leur superficie, leur géographie et leur histoire mais ils ont comme point commun d'avoir leurs contenus médiatiques réutilisés pour réinformer.
- La réinformation 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.
- Ces pratiques faisant fi des frontières nationales, on ne peut désormais cantonner la réinformation à un phénomène isolé. Par conséquent, il nous a semblé pertinent d'élargir la réflexion à d'autres pays touchés par ce fait récurrent.

Analyse exploratoire quantitative et qualitative d'un contenu journalistique repris pour réinformer sur *Twitter*

- Pour illustrer cette pratique, nous avons observé à titre indicatif une information d'actualité ordinaire en provenance du journal *Le Figaro* repris par *Fdesouche* sur *Twitter*.



Figures 1 et 2 : Captures d'écran du 8 janvier 2023



Figures 3 et 4

A gauche, graphe des individus qui ont retweeté l'information *Le Figaro* et à droite, graphe des individus qui ont retweeté l'information *Fdesouche*. En orange : Renaissance, en vert : gauche (PS, NUPES), en bleu foncé : extrême droite (RN et Reconquête), en bleu clair : droite républicaine, LR, en rouge : journaliste, en noir : non renseigné. Chaque nom d'utilisateur-récepteur a été anonymisé par une série chiffrée afin de respecter le RGPD (règlement UE 2016/679).

Etude comparative entre la France, le Canada et le Luxembourg

Les journalistes face à la réinformation

Etude non exhaustive mais but de faire un état des lieux de trois pratiques francophones du journalisme qui doivent faire face à la réinformation.

- Constat : la réutilisation des contenus journalistiques par la réinformation demeure absente des réflexions concernant la lutte contre la désinformation.
- Or, les résultats de l'étude portant sur l'évaluation des problèmes des *fake news* à l'échelle de l'ensemble de l'écosystème informationnel (Allen *et al.*, 2020) ont démontré que **l'origine de la plus grande désinformation serait en majorité fortement liée aux contenus des informations d'actualités ordinaires.**

Les fausses informations sont extrêmement rares, elles ne représentent qu'environ un dixième de 1% de l'alimentation quotidienne globale des médias américains.

1^{ère} étape : Du côté des publics

- Comprendre les motivations des publics de la réinformation.
- Entretiens avec 7 membres des publics des différents pays choisis menés jusqu'à Septembre 2022.
- Des usagers-récepteurs adultes (hommes et femmes de 29 à 55 ans) nous ont fait part de pratiques informationnelles qui s'éloignent des médias traditionnels pour s'informer.
- Les principales assertions recueillies expriment un manque de représentativité dans les médias, un manque d'intégrité et d'indépendance des journalistes.
- A leurs yeux, l'information médiatique n'est plus garante de fiabilité.
- Il s'agit d'un regard systémique porté sur les journalistes en tant que membres d'un système global et non comme des individus.
- Cette réinformation qui se manifeste à différents degrés est issue d'une racine commune : la remise en cause du traitement de l'information par les journalistes.
- Une défiance qui a pour origine une méfiance et un manque de confiance à l'égard des médias perçus non plus comme 4^e pouvoir mais comme vecteur de la pensée unique étatique.

France

Seuls 29% des Français font confiance aux médias, selon le rapport Digital News Report 2022 de l'Institut Reuters.



Contexte de défiance au Luxembourg (agressions verbales sur le terrain).



Les Québécois critiques du travail des médias

[\[Accueil\]](#) / [\[Culture\]](#) / [\[Médias\]](#)



Photo: Getty Images 40% des Québécois pensent que les aides gouvernementales accordées aux médias poussent les journalistes à être moins enclins à critiquer le gouvernement.

Sur 1600 Québécois sondés en 2023 selon la Firme Léger, 37% croient que les journalistes diffusent parfois des nouvelles volontairement trompeuses.

Étienne Paré

26 mai 2023
Médias



La méfiance envers le travail des journalistes gagne une bonne partie des Québécois : près de la moitié de la population a l'impression qu'ils diffusent, souvent ou parfois, de fausses nouvelles délibérément. Notre rapport aux médias traditionnels varie énormément selon nos préférences politiques, nuance cependant cette même étude.

La firme Léger a sondé près de 1600 Québécois à la fin avril dans le cadre d'une étude dont les résultats ont été dévoilés la semaine dernière lors du Festival international du journalisme de Carleton-sur-Mer. Il s'en dégage que 37 % des répondants croient que les journalistes diffusent parfois des nouvelles volontairement trompeuses. À cela s'ajoute un 8 % qui est d'avis que les journalistes relaient souvent de fausses nouvelles.

Exemple d'un entretien avec un « réinformateur »

- A., 37 ans, partisan des *Gilets jaunes*, militant revendiqué d'extrême gauche.
- Il va sur le terrain pour vérifier l'information et même parfois aller jusqu'à produire de l'information.
- Lanceur d'alerte concernant les effets sur la santé publique du gaz lacrymogène.
- Son temps libre est consacré à apporter une information non traitée dans les médias.
- Cette réinformation est ambivalente puisqu'elle peut même prendre la forme d'une lutte contre la désinformation.
- Extrêmement critique par rapport à tout contenu, il témoigne d'un esprit critique exacerbé qu'il avoue être variable selon les médias.
- Cette confiance qu'il n'accorde pas systématiquement aux médias, n'est pas seulement dû selon lui au choix de la ligne éditoriale dans le traitement de l'actualité.
- Le champ lexical, le vocabulaire choisi, l'interprétation des faits y sont pour beaucoup.
- Il affirme ressentir une interprétation trop partisane de l'information.
- On retrouve dès lors l'essence même de la réinformation : dénoncer un manque d'objectivité et un manque de pluralisme dans les médias (Doutreix, Lionel, 2019).
- Au-delà des clivages politiques, la réinformation, à l'origine issue de la fachosphère (Doucet, Albertini, 2016), dévoile une incommunication plus profonde entre les journalistes et ces publics (Lukasik, Bassoni, 2022) .

2^{ème} étape : Du côté des journalistes

- A partir de ces témoignages de méfiance vis-à-vis des médias, qu'en est-il du côté des journalistes ?
- Guide d'entretien nourri des réflexions de ces publics (démarche scientifique info-communicationnelle s'attachant toujours à relier les publics aux médias).
- Entretiens du 24 août au 19 septembre 2022 avec 7 journalistes des trois pays choisis.
- L'objectif ? Interroger les pratiques professionnelles des journalistes francophones face à la réinformation.
- Les journalistes ont été sélectionnés en raison de leurs appartenances aux médias régulièrement repris par le site de réinformation *Fdesouche* qui ensuite diffuse cette reprise sur des plateformes socionumériques notamment *Twitter* et *Facebook*, vecteurs d'amplification (Vosoughi *et al.*, 2018 ; Théviot, 2020).
- Constitution d'un corpus des articles copiés, collés, coupés repris des médias en question (*JDD*, *Slate.fr* pour la France, *L'essentiel* pour le Luxembourg, *Le Journal de Montréal* et *Le soleil* pour le Canada).
- Les articles réutilisés par le site de réinformation et les articles des médias originaux ont été ensuite présentés aux journalistes concernés lors des entretiens.
- Le but étant de recueillir au plus près les préoccupations et les défis quotidiens des journalistes face à cette réinformation.
- Les journalistes interviewés ont la particularité d'exercer leurs métiers dans des médias dotés d'un lectorat grand public.



Harcèlement de rue au Luxembourg : la police recommande de faire le dos rond et de ne pas sortir seule la nuit, des féministes préfèrent éviter une loi qui opprimerait les non-Blancs

LePanacheFrançais 30/01/2021 à 14h17



LUXEMBOURG – Faut-il légiférer sur le harcèlement des femmes dans la rue? Tout le monde n'y est pas favorable. La police livre ses recommandations.

[...]

Difficile dans ce contexte d'agir pour la police, qui reconnaît que «toute personne faisant l'objet d'injures ne se manifeste pas nécessairement» tout en livrant une série de recommandations. Parmi elles, «ne pas sortir seule quand il fait nuit», «crier à haute voix en cas d'agression» ou encore «ignorer des propos et comportements provocateurs».

La police conseille «de ne pas sortir seule la nuit»

LUXEMBOURG - Faut-il légiférer sur le harcèlement des femmes dans la rue? Tout le monde n'y est pas favorable. La police livre ses recommandations.



Le harcèlement de rue est également une réalité au Luxembourg.

Dans la veine du mouvement «Me Too», la question du harcèlement de rue s'est invitée dans le débat public, avec un constat implacable: de très nombreuses femmes subissent régulièrement des remarques désobligeantes, sifflements et approches inappropriées. Le Luxembourg n'échappe pas à la règle, et la pétition publique lancée en décembre, par Tom Zeimet, montre une volonté de changement d'une partie de la population.

Luxembourg

- Défiance de certains publics de plus en plus manifeste dans le Grand-Duché (agressions et violences verbales).
- Conséquence : une remise en question de leurs pratiques au journal.
- Les journalistes sont confrontés à une confusion de l'information avec l'opinion.
- Cette incompréhension récurrente de la part de certains publics pourrait trouver un remède dans le renforcement d'une éducation au fonctionnement des médias orientée plus spécifiquement vers le journalisme.
- Les sites de réinformation jouent de certains manquements de la pratique actuelle du journalisme.

France :

JDD



POLITIQUE SECURITE SOCIETE

Le TA de Paris suspend l'expulsion du prédicateur islamiste marocain Hassan Iquioussen, Darmanin fait appel devant le Conseil d'Etat (Màj : Fiché S depuis 18 mois, ses propos antisémites tenus en 2022 n'ont pas été versés à la procédure)

Jeanne 📅 09/08/2022 à 7h07



Article original JDD

Le Journal du Dimanche

Se connecter

S'abonner



Les Clés de l'Elysée Société International Eco Paris Culture Sport Conférences L'Antiséisme

Newsletters

ACCUEIL / POLITIQUE

INFO JDD. L'imam Hassan Iquioussen est fiché S depuis 18 mois

🕒 23h15, le 6 août 2022, modifié à 23h24, le 6 août 2022

Par **Pascal Ceaux** 🐦

ABONNÉS Le ministre de l'Intérieur, Gérald Darmanin, a saisi le Conseil d'Etat. Et de nouveaux éléments sèment le trouble sur le cas d'Hassan Iquioussen.



L'imam Hassan Iquioussen, ici en 2020. (Capture d'écran YouTube.)

Partager sur :



S'abonner

Lire le Journal

France

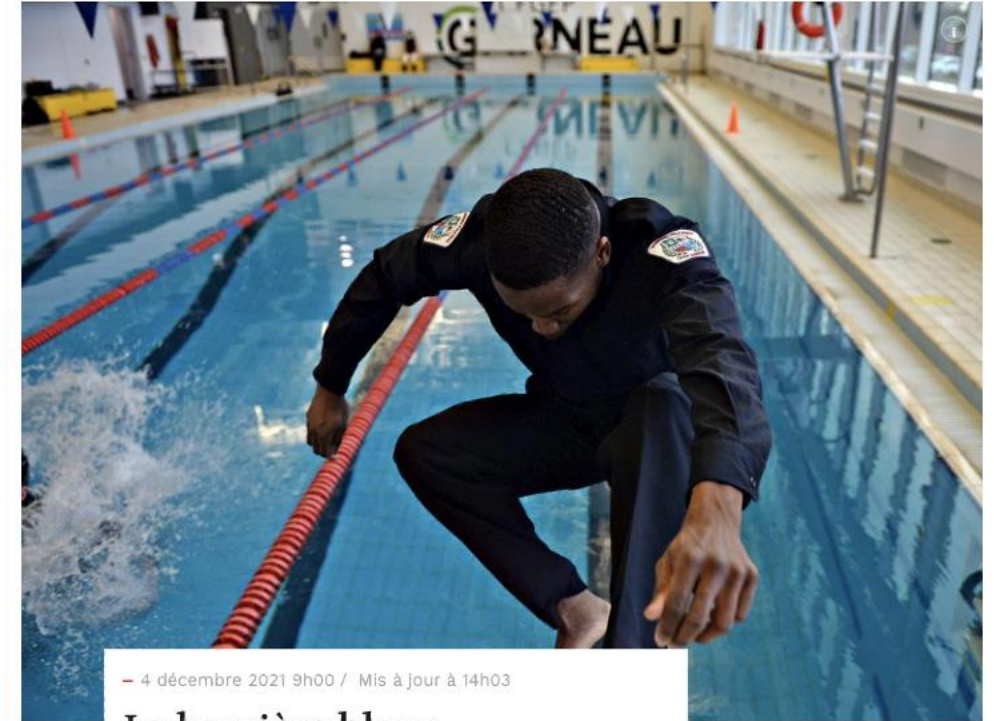
- La réinformation remet en question la mise en forme de l'information (choix des mots).
- La défiance de certains publics à l'égard des médias peut en partie s'expliquer par une incompréhension de la profession de journaliste de la part du grand public (notamment une confusion de l'opinion avec l'information).
- Les médias devraient davantage inviter le public à venir observer le fonctionnement des rédactions, ce qui leur permettrait de renouer avec la confiance du public et poser les bases d'un dialogue.
- Cette autoréflexivité concernant l'identité du journaliste face au numérique (Pignard-Cheynel, Sebbah, 2013) pourrait engendrer un dialogue de co-construction de l'espace médiatique avec les publics.
- Prioriser la production de l'information à la diffusion : mettre en lumière des sujets qui ne le sont pas au sein des médias.
- Une pratique du journalisme non standardisée (en phase avec la diversité des publics).
- Cette diversité permettrait d'innover de nouveaux contenus avec des regards différents le tout dans le respect de la déontologie et l'éthique journalistiques.



MONDE SOCIÉTÉ SPORT

Québec : le concours d'entrée dans la police jugé discriminatoire, car il comprend des tests de natation, et cela défavoriserait fortement les candidats noirs

Koba 05/12/2021 à 12h56



- 4 décembre 2021 9h00 / Mis à jour à 14h03

La barrière bleue

Partager

MARC ALLARD
Le Soleil

r Kensley Volmar n'avance plus. Après trois allers-retours chronométrés dans un corridor de la piscine du Cégep Garneau, il s'arrête, épuisé.



Canada

- Contexte canadien aussi marqué par la défiance et la désinformation envers les journalistes.
- Eviter certains sujets ne fait que renforcer les mouvances réinformationnelles.
- Nécessité d'imposer plus de pluralisme dans les médias pour lutter contre la désinformation.
- Se rapprocher du public pourrait être un début.
- Sonder davantage le grand public pour choisir les informations à traiter.
- Ce traitement des informations gagnerait à dépasser les pratiques de fact-checking afin de prendre l'ascendant et réguler la désinformation.
- Renouer avec le rôle de 4^e pouvoir (par exemple : en allant vérifier l'application des promesses de campagnes des politiques).
- La vérification de l'information ne se limiterait pas ainsi au décèlement des fausses informations mais pourrait trouver un renouveau dans les vérifications qui préoccupent quotidiennement les citoyens.

Conclusion

- A l'instar du fonctionnement de l'écosystème médiatico-socionumérique, il y a une nécessité de renouer avec l'horizontalité, à intégrer davantage les publics en tenant compte de leur pluralité.
- Cela doit passer par la réactivation des formes de journalisme participatif (Pignard-Cheynel, 2018 ; Singer *et al.*, 2011), pour rétablir le dialogue.
- A la manière d'un *public journalism* (Charity ; Merritt, 1995) actualisé au socionumérique, le journalisme serait à percevoir comme un véritable pilier de co-construction démocratique avec les publics.
- Repenser en profondeur la manière de procéder à la couverture journalistique avec les publics replacerait le citoyen au centre des pratiques journalistiques.
- Un tel tournant stratégique au service de l'information semble incontournable au rétablissement de la légitimité et de la confiance auprès des publics.
- En définitive, la réinformation face aux journalistes met en lumière l'importante réflexion à venir sur une « **re-information** » au sens d'une information nouvelle intégrant directement les publics dans la reconfiguration des pratiques des professionnels de l'information.

Bibliographie non exhaustive (à retrouver dans les Actes du Colloque).

- Allen, J., Howland, B., Mobius, M., Rothschild, D., Watts, D. J. (2020), « Evaluating the Fake News Problem at the Scale of the Information Ecosystem », *Science Advances*, vol. 14, n°6.
- Alloing, C., Vanderbiest, N. (2018). La Fabrique des rumeurs numériques. Comment la fausse information circule sur Twitter ? *Le Temps des Médias*, num. 30, 105-123.
- Blanc, C. (2018). *Théories et praxis de la « réinformation »*. *Militantisme catholique traditionaliste et pratiques info-communicationnelles sur Internet*, Thèse sous la direction d'Alain Kiyindou, Université Bordeaux Montaigne, 2018.
- 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, France.
- Carlino, V., Pignard-Cheynel, N., Loubère, L., Ricaud, B., Aspert, N. (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*.
- Charity, A. (1995). *Doing Public Journalism*. Guilford Press Inc., New York.
- Coutant, A. (2016). "Vu sur Facebook !" : l'impensé des médias socionumériques. In *L'impensé numérique*, Pascal Robert (Ed.), EMS Éditions, Paris, 105-117.
- Doucet D., Albertini D. (2016). *La Fachosphère*. Flammarion, coll. « Flammarion enquête », Paris.
- Doutreix, M., Barbe L., (2019). Légitimer et disqualifier : les Fake News saisies comme opportunité de normalisation du champ journalistique. *Études de communication*, vol. 53, num. 2, 49-66.
- Edelson, L., Nguyen, M., Goldstein, I., Goga, O., McCoy, D., et al. (2021). Understanding engagement with U.S. (mis)information news sources on Facebook. *IMC '21: ACM Internet Measurement Conference*, Nov 2021, Virtual Event, France, 444-463.

- Ertzscheid, O., Gallezot, G., Boutin, E. (2007). *Perspectives documentaires sur les moteurs de recherche : entre sérendipité et logiques marchandes*.
- Gault, G., Medioni, D. (2022). *Les Français et la fatigue informationnelle, mutations et tensions dans notre rapport à l'information*. Arte, Obsoco, Fondation Jean-Jaurès éditions.
- Huygue, F. (2012). *La valeur de l'information, intelligence économique et stratégique*.
- Lazarsfeld, P. (1935). The art of asking why. *National Marketing Review*, num. 1, 32-43.
- 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. L'Harmattan, collection « communication et civilisation », Paris.
- Lukasik, S. (2018). A la frontière des fake-news, entre « réinformation » et désinformation. Le cas du blog *Fdesouche*. In *L'information d'actualité au prisme des fake news*, Joux, A., Pélissier, M. (Eds), L'Harmattan, collection « communication et civilisation », Paris, 135-157.
- Lukasik, S., Galli, D. (2022). Homophilie et cybernétique dans les médias contemporains, Dossier 2022 : 25 ans d'information en ligne : les mutations des médias en France, entre ajustements conjoncturels et transformations structurelles. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, Gresec UGA.
- Lukasik, S., Bassoni, M. (2022). Le « cas Raoult » ou la controverse médicale amplifiée par l'influence personnelle. *Communication*, vol. 39, num.1.
- Mercier, A., (2010). *Défis du nouveau écosystème d'information et changement de paradigme journalistique*. *Observatoire du webjournalisme*, 1-44. 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*. The Penguin Press.
- Pignard-Cheynel, N., Sebbah, B. (2013). L'identité des journalistes du Web dans des récits de soi. *Communication*, vol. 32, num. 2.

- Pignard-Cheynel, N. (2018). Journalisme participatif. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*.
- Roozenbeek, J., Van Der Linden, S., Lewandowsky, S. et al. (2022). Psychological inoculation improves resilience against misinformation on social media. *Science advances*, vol. 8, issue 34.
- Singer, J., Domingi, D., Heinonen, A., Hermida, A., Paulussen, S., Quandt, T., Reich, Z., Vujnovic, M. (2011). *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*, Wiley-Blackwell.
- Stephan, G., Vauchez, Y. (2019). Réinformation. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*.
- Théviot, 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, num. 2, 101-124.
- Vosoughi, S., Deb, R., Sinan, A. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, vol. 359, num. 6380, 1146-1151.
- Wardle, C., Hossein, D. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. 162317GBR, Rapport du Conseil de l'Europe.
- Watine, T. (2003). Le modèle du « Journalisme public », *Hermès*, num. 35, 231-239.

Merci pour votre attention

Colloque Frontières numériques

Mardi 7 Juin 2023

Alexandra Salou, Stéphanie Lukasik

Hammamet, Tunisie

