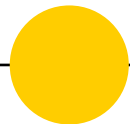


La désinformation à l'épreuve des liens entre médias et publics en Suisse

Vincent Carlino et Nathalie Pignard-Cheynel

Académie du journalisme et des médias, Université de Neuchâtel



Journée d'étude

Jeudi 12 novembre 2020



Constats de départ

- La question des *fake news* est très étudiée (et débattue) dans la recherche internationale mais peu développée en Suisse (tant dans la recherche que les médias - couverture et pratiques journalistiques - et le débat public, jusqu'à la période Covid-19 → explosion du phénomène et de sa médiatisation)
- Beaucoup d'approches normatives (typologies) et macro (cartographies de réseaux, études quantitatives)
- Intérêt de travaux centrés sur la Suisse et attentes de recherches menées en partenariat avec des médias (appel à projets de l'[Initiative for Media Innovation](#))



Deux recherches menées en parallèle depuis 1 an

Fake news, publics et journalisme

CO-dirigé par Nathalie Pignard-Cheynel (UniNE)
et Sébastien Salerno (UNIGE)

Partenaire média: Le Temps

Collaborateurs : Vincent Carlino (UniNE) et Yann
Rieder (UNIGE)

Financement Initiative for Media Innovation

Objectifs: Comprendre les modes d'exposition et
les mécanismes d'attribution de crédibilité aux
informations et aux fake news par les jeunes
publics et les manières dont les médias peuvent
s'y adapter.

<https://www.researchfakenews.ch>

Social network Architectures of Disinformation

Dirigé par le LTS2 (EPFL)

Pour l'AJM : Nathalie Pignard-Cheynel, Vincent
Carlino et Lucie Loubère

Partenaire média: RTS

Financement Initiative for Media Innovation

Objectifs: Identifier les communautés de
discussion en ligne, leurs connexions et les
controverses spécifiques qui s'y développent
(outil de veille pour journalistes).

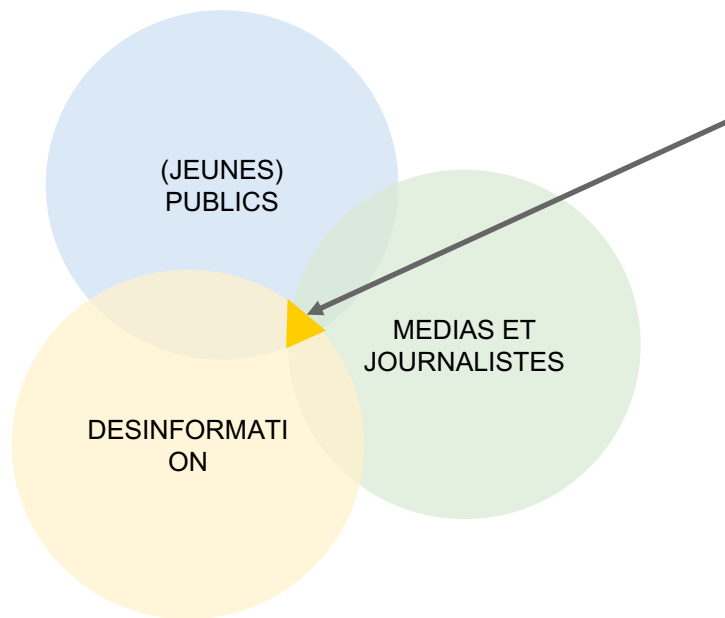


Fake news, une notion sans cesse (re)définie

- Contenus avec intention de tromper les publics et/ou délégitimer des sources d'information (Egelhofer & Lecheler, 2019)
- Imitation de codes journalistiques (Tandoc, Lim and Ling, 2018 : 143)
- Typologies incluant des phénomènes différents : dis-, mis-, mal-information (Wardle, 2018)
- Meta-analyses des définitions académiques (Kapantai, Christopoulou, Berberidis & Peristeras, 2020 ; Tandoc, Lim & Ling, 2018)
- **Notre approche** : considérer la désinformation comme résultant de pratiques sociales et d'information qui fragilisent et réinterrogent la relation entre médias et publics



Questionnement et positionnement



Les phénomènes de désinformation (re)définissent-ils, et comment, les liens entre médias et (jeunes) publics ?

Cadres théoriques :

- Analyse des controverses et littérature sur les *fake news*, la désinformation et le complotisme
- Rapport des (jeunes) publics à l'information et aux médias
- Pratiques et positionnements journalistiques dans leurs liens avec les publics



Analyse des controverses et désinformation

- Structure triadique : les controverses se déroulent devant un “public tiers” (Lemieux, 2007) → intentionnalité de la création/partage de “fake news”
- Incertitude induit une quête de sens et d’explication
 - Publics actifs engagés dans des “enquêtes citoyennes” (Zask, 2008) → *“faites vos propres recherches !”*
 - Documentation et production “alternative” d’informations : blogs, mailing-lists, plateformes numériques (Monnoyer-Smith, 2011)
- Une forme de désaccord parmi d’autres dans un espace public “morcelé” → visions du monde et stigmatisation de l’adversaire



Pratiques journalistiques et liens aux publics

- Crise des publics envers les médias : défiance, déconnexion, désintérêt
 - Davantage marquée chez les jeunes publics (Waller et al, 2019), mais plutôt moins forte en Suisse qu'ailleurs (Newman et al, 2019)
 - Fragmentation et phénomènes de substitution dans les pratiques d'information, au profit des plateformes
- Développement d'une culture numérique/participative (Jenkins, 2006)
 - Du journalisme participatif (et de ses échecs - (Singer et al, 2011) à la prise de conscience d'une ouverture nécessaire vers les publics (*audience turn* - Costera Meijer, 2018; Ferrer-Conill & Tandoc, 2018 - intégration, représentation, conversation)
 - Une implémentation lente dans les rédactions, les pratiques professionnelles et les projets éditoriaux (Le Temps étant plutôt actif en la matière)



Terrain et méthode de recherche

- Étude qualitative
 - Focus groups avec 44 jeunes (âgés de 18 à 25 ans, répartis en 6 groupes avec des profils sociaux variés) puis 2e phase d'entretiens individuels
 - Entretiens avec 6 journalistes de la rédaction du Temps
- Expérimentation pédagogique et éditoriale
 - Élaboration de concepts éditoriaux et productions de contenus testés auprès des jeunes de l'étude qualitative (entretiens)
- Enquête quantitative
 - Questionnaire sur les pratiques d'information, la confiance dans les sources et l'exposition/adhésion aux contenus de désinformation/complot pendant la 1ère vague Covid-19 (n=4256)

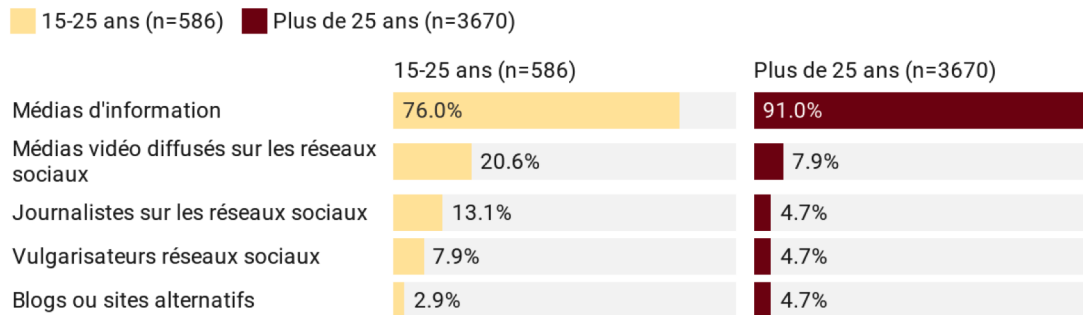


Rapports des jeunes à l'information et aux médias

- Rapport à l'information présent voire fort selon les profils, mais non systématiquement associé aux médias “traditionnels”, dans une consommation fragmentée, “mixte” et svt “accidentelle”
- Forte consommation de contenus et médias associés à des plateformes (Brut, Konbini, Hugo Décrypte, etc.)

Sources d'information Covid-19

À quelle fréquence consultez-vous les sources d'information suivantes pour vous informer sur le Coronavirus (Covid-19) ? [Souvent / Très souvent]



Created with Datawrapper



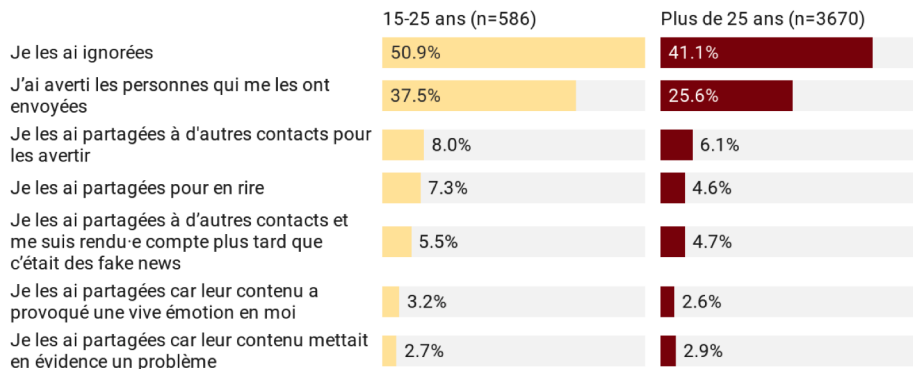
Rapports des jeunes à l'information et aux médias

- Assez bonne appréhension et compréhension de la désinformation de la part des jeunes interrogés (repérage)
- Avec des usages parfois utilitaristes ou militants assumés, notamment chez les profils les plus engagés : *“Personnellement, je partagerais tout et n’importe quoi si je trouve le questionnement autour de ça intéressant”*
- Ou une approche plus distante, comme par exemple l’usage consistant à partager des contenus de désinformation pour “rire”

Réactions à réception fake news sur WhatsApp

Quelles ont été votre ou vos réactions face à cette ou ces fake news reçues via messagerie ?
(Plusieurs réponses possibles)

15-25 ans (n=586) ■ Plus de 25 ans (n=3670)



Created with Datawrapper



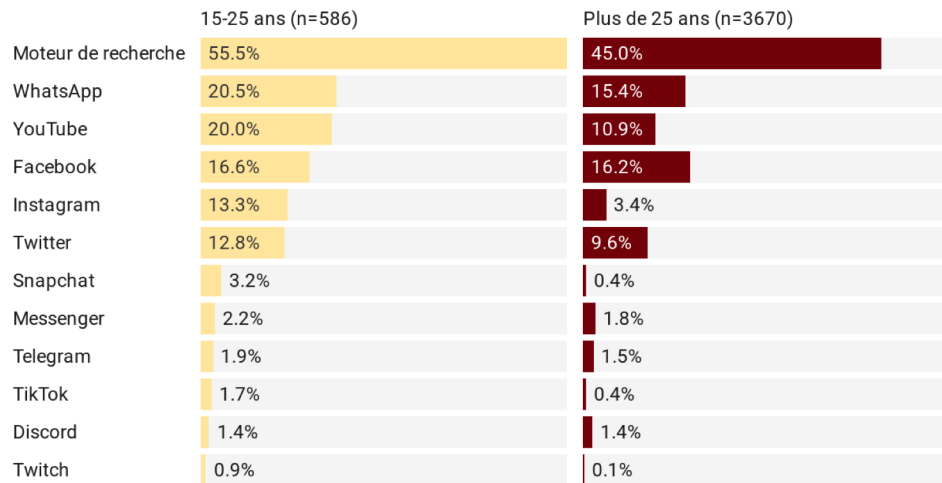
Rapports des jeunes aux plateformes

- YouTube, Instagram et Facebook très présents chez les jeunes publics. Facebook identifié comme le réseau social des “fake news” auxquelles croient leurs aînés (usage réflexif)
- Forte présence de WhatsApp pour accéder à l'information et/ou en partager

Plateformes numériques

Lesquelles de ces plateformes avez-vous utilisées pour vous informer sur le Coronavirus (Covid-19) ? [Très souvent / souvent]

15-25 ans (n=586) + 25 ans (n=3670)



Created with Datawrapper



Rapports des jeunes aux plateformes

- Rapport personnel aux plateformes, utilisées pour garder contact avec ses proches ou entretenir une passion
- Les interrogés vérifient les informations auprès de contacts identifiés comme fiables dans leur entourage
- Forte confiance accordée aux plateformes alternatives (4Chan, Discord, Reddit) car en marge des médias et anonymes : *“Sur 4chan, je ne cherche rien du tout. Mais il arrive que parfois une information sorte, qu'une rumeur circule. Je fais plus confiance à des utilisateurs qui peuvent donner l'information objectivement qu'à un journal qui vise une certaine population.”*



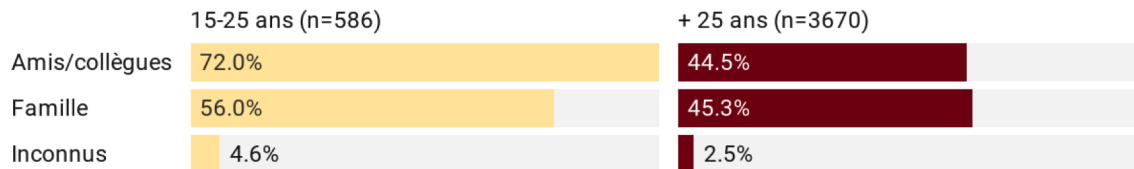
Mise en discussion de l'info via les plateformes

- Rôle des plateformes dans la mise en discussion/débat de la (dés)information (cf. Bastard, 2015 ; Le Caroff, 2018) souvent via des groupes et des espaces en vase-clos
- Espaces de commentaires = lieux stratégiques de compréhension de l'info
- Prime de confiance pour la personne qui relaie l'info (vs la source initiale; cf. Rosenstiel et al, 2017)

Discussion sur les réseaux sociaux

Dans le cadre de la crise du Coronavirus (Covid-19), à quelle fréquence avez-vous discuté sur les réseaux sociaux avec :

15-25 ans (n=586) + 25 ans (n=3670)



Created with Datawrapper



Fact-checking → Debunking

Les interrogés en demande et recherche de clés de compréhension / décryptage des sujets dans leur ensemble

Debunking

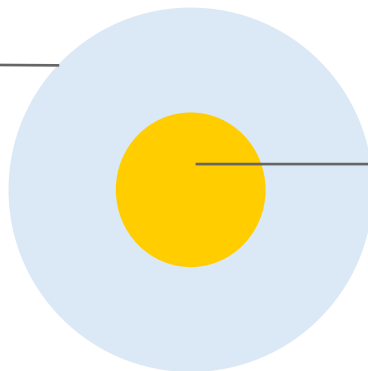
Enjeu : conflit de valeurs

Échelle : macro

Désinfo : complotisme

Pratique journ. : expliquer le sujet dans son ensemble

Posture : horizontale (discussion)



Fact-checking

Enjeu : conflit de vérité

Échelle : micro

Désinfo : fake news

Pratique journ. : trouver des sources pertinentes, savoir les lire, remettre dans leur contexte, se prémunir de biais cognitifs

Posture : verticale (autorité)



Applications et perspectives de la recherche

- Repenser le modèle traditionnel du fact-checking classique
- Investir les plateformes où circulent les fake news et où se focalise l'attention des (jeunes) publics; identifier la concurrence croissante de nouvelles “voix”
- Trouver une place pour l'échange, la conversation, le débat avec les publics (des journalistes l'ont individuellement déporté sur les RS); la gestion des commentaires reste un échec pour de nombreux médias, faute d'un réel investissement éditorial



Applications et perspectives de la recherche

- Imaginer des formats et concepts éditoriaux qui se fondent sur une meilleure connaissance des publics (intégration du cours “Newslab” dans le projet), sans préjugés sur leurs “attentes” et “besoins”
 - Travail en mode projet avec la méthode du *Design thinking* et la production de 2 séries de contenus (stories) testées ensuite auprès des jeunes interrogés. A permis de tester des hypothèses liées au format et au positionnement :
 - Place de l’humour et de la pop culture dans des formats de décryptage
 - Incarnation → au-delà de s’afficher et de “ressembler” à son public, quelles valeurs incarne-t-on ?
- Contribuer aux réflexions et débats sur l’éducation aux médias