Balisages
La revue de radiodio de l'INA
Nº 16
PLATFORMIZ PRAXIS

SOMMAIRE
Éditorial
Le **RADIO** Numéro 16
Les ateliers de la **RADIO**
Ici et ailleurs le **RADIO**
Les ressources de l'INA
Les ressources de la **RADIO**
Les ressources de l'INA
Les ressources de la **RADIO**
Les ressources de l'INA
Les ressources de la

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, collection « communication et civilisation ».

Lukasik, S. (2020). Homophilie. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. En ligne : https://publictionnaire.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-Cheynel, 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-Cheynel, N. (2018). Journalisme participatif. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. En ligne : http://publictionnaire.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.

Smyrnaios, 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.

DOCUMENT ANNEXE

xml
(text/xml | 60k)

NOTES

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).

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.

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.

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-policieres/vrai-ou-fake-le-gaz-lacrymogene-est-il-toxique-sur-le-long-terme_5817404.html.

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.

ILLUSTRATIONS

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

docannexe/image/1200/img-1.jpg

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

docannexe/image/1200/img-2.jpg

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

docannexe/image/1200/img-3.jpg

CITER CET ARTICLE

Référence électronique

Stéphanie Lukasik et Alexandra Salou, « La réinformation ou l'amplification socionumérique de la désinformation », *Balisages* [En ligne], 7 | 2023, mis en ligne le 01 février 2024, consulté le 16 avril 2024. URL : https://publications-prairial.fr/balisages/index.php?id=1200

AUTEURS

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

Alexandra Salou

DROITS D'AUTEUR

CC BY SA 4.0

ISSN électronique 2724-7430