



Laboratoire
sur la communication
et le numérique
Laboratory for communication
and the digital

NOTE DE RECHERCHE 02
RESEARCH NOTE 02

Le rapport à l'information dans la littérature scientifique

2. LES SOURCES D'INFORMATION

Marie-Danielle Tremblay
Alexandre Coutant

NOTE DE RECHERCHE 02 RESEARCH NOTE 02

Le rapport à l'information
dans la littérature
scientifique

2. LES SOURCES D'INFORMATION

Marie-Danielle Tremblay
Alexandre Coutant

Les notes de recherche du LabCMO | 02
Date de publication : mai 2024
ISBN 978-2-925449-01-0

Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2024

Note réalisée avec l'appui du Conseil de recherche en sciences humaines du Canada dans le cadre du projet « InfosFiables – Les pratiques informationnelles des Québécois•es et leur confiance dans les autorités informationnelles » (programme de subventions de développement de partenariat du CRSH 2022-2025).

Cette publication est diffusée sous la licence Creative Commons
Attribution-NonCommercial-NoDerivatives (CC BY-NC-ND)



Résumé

Le présent document constitue le second volet d'une série de quatre revues documentaires portant sur le sujet des pratiques informationnelles. Ces incursions dans la littérature ont été conçues dans l'optique de servir de point d'ancrage à une étude plus large sur la relation des Québécois·es à l'actualité. Ce projet de recherche – Infosfiabiles, soutenu par un développement de partenariat du CRSH – réunit plusieurs acteurs majeurs du journalisme et de la communication scientifique (le LabCMO, Radio-Canada, la Chaire de journalisme scientifique Bell Globemédia, l'Agence Science Presse, l'Association des communicateurs scientifiques du Québec, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec). Ces revues ont pour objectif d'identifier l'ensemble des éléments susceptibles d'expliquer et de comprendre le rapport des publics à l'information dans l'environnement médiatique actuel et de faire un survol des connaissances déjà acquises sur ces sujets. Ces facteurs ont été regroupés sous quatre grands thèmes, qui feront chacun l'objet d'une publication séparée. Cette seconde publication traite des moyens et des sources d'informations à l'ère numérique. En guise d'introduction, ce chapitre aborde la question de l'accès à la technologie, en insistant surtout sur les compétences à développer pour pouvoir consulter et s'approprier les contenus en format numérique. Ce sujet est tout naturellement suivi par celui de l'expansion sans précédent de l'offre informationnelle. Ici, plusieurs phénomènes associés à cette réalité sont abordés, tels que la possibilité d'échapper aux mécanismes de contrôle et de diffuser n'importe quelle communication sans passer par les filtres médiatiques traditionnels (Rebillard, 2017), le rapport brouillé à la provenance des contenus (Quéré, 2018) ainsi que la surcharge informationnelle. Ce chapitre s'achève par une discussion sur l'état de la recherche concernant les informations « modifiées », « fabriquées » ou « trompeuses » qui circulent sur le web. Dans la publication suivante, nous nous pencherons les modèles d'affaires des entreprises technologiques et les méthodes qu'ils emploient pour engager leurs consommateurs.

Mots-clés : sources d'information, information en ligne, confiance envers les médias, confiance envers les journalistes, surcharge informationnelle, infomédiaire, infobésité, fausses nouvelles, mésinformation, désinformation, malinformation

Abstract

This publication is part of a series of four literature reviews about information practices. These documents were produced to serve as an anchor point for a broader study on the Quebecers' relationship to news media, a work that involves several major players (the LabCMO, Radio-Canada, the Bell Globemedia Science Journalism Chair, the Science Press Agency, the Association of Science Communicators of Quebec, the Professional Federation of Quebec Journalists). The main purpose of these four documentary reviews is to identify the key elements that are likely to explain the audience's relationship with information in the current media environment and to provide an overview of the knowledge already acquired on this subject. This very paper is about the means and the sources of information in the digital age. In the following publication, we will look at the business models of technology companies and the methods they use to engage their consumers.

Keywords: Information sources, Online information, Media distrust, Distrust of journalism, Media literacy, Information overload, Fake news, Misinformation, Disinformation

À propos

Marie-Danielle Tremblay est titulaire d'un baccalauréat en administration et d'une maîtrise en gestion. Après avoir travaillé en tant qu'analyste et planificatrice stratégique en agence-conseil, elle a entamé un doctorat en communication à l'UQAM. Assistante de recherche au LabCMO, elle a par ailleurs assumé à deux reprises la charge d'un cours d'éthique de la communication sur Internet. Ses principaux intérêts de recherche portent sur la transition numérique des entreprises de presse ainsi que la possibilité d'offrir de l'information de qualité dans l'environnement médiatique contemporain.

Alexandre Coutant est professeur au Département de communication sociale et publique de l'UQAM. Il est responsable de l'axe 2 du LabCMO qui porte sur les « pratiques informationnelles, les publics et l'agir politique ». Ses travaux portent sur l'appropriation des technologies et les enjeux de confiance dans des environnements sociotechniques. Il s'intéresse aux pratiques informationnelles, à la prescription des usages, aux systèmes de recommandation et à la circulation de contenus sensibles.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	1
L'intérêt d'une modélisation du rapport à l'information	4
LES MOYENS DE S'INFORMER ET LES SOURCES D'INFORMATION	5
L'accès aux technologies	5
L'utilisation de la technologie	6
La multiplication des sources	8
Le rapport brouillé aux sources d'informations	10
La surcharge informationnelle	11
La circulation de contenus informationnels alternatifs peu fiables	12
Le concept de « fausses nouvelles »	13
La confiance envers les sources traditionnelles d'information	17
CONCLUSION	21
RÉFÉRENCES	24

LISTE DES FIGURES

Tableau 1 - Récapitulatif des emplois du concept de « fausse nouvelle »	16
Figure 1 - Représentation graphique du rapport à l'information comme un système complexe	3
Figure 2 Éléments qui seront examinés dans la recherche sur les publics de l'information	23

INTRODUCTION

Le « rapport à l'information » est un concept complexe qui comporte de multiples dimensions. Dans la littérature, la question est généralement abordée sous deux angles principaux, soit celui des « pratiques informationnelles », ou celui des « usages » que les citoyens font des systèmes d'accès à l'actualité (Chaudiron et Ihadjadene, 2010). Bien que les définitions de ces concepts varient d'un auteur à l'autre, le terme « d'usage » est habituellement associé aux interactions entre l'humain et la machine, alors que celui de « pratique » concerne plutôt les comportements sociaux en contexte. Ces deux angles d'approche servent donc de point d'ancrage à la majorité des contributions scientifiques portant sur le rapport à l'information, ce qui n'empêche pas celles-ci d'être extrêmement diversifiées, le sujet étant si vaste qu'il a donné lieu à une multitude de travaux portant sur chacun des aspects de la question. Alors que les premiers courants de recherche se sont surtout intéressés aux médias et à leur utilisation (l'usage des médias de masse, l'usage de l'Internet, l'usage des téléphones portables, etc.), les objets d'étude ont rapidement évolué pour se focaliser sur les habitudes des usagers, un thème qui a produit une littérature foisonnante. Ainsi, les articles sur le sujet portent sur des dimensions aussi nombreuses que les motivations à s'informer, le sens donné à la pratique, les médias privilégiés, les sources consultées, l'interprétation des contenus, les effets sur les opinions, etc. Plus récemment, les chercheurs ont également tendance à prendre en compte des facteurs situationnels, comme le contexte de réception ou le rôle de l'environnement. Les enquêtes académiques qui abordent ces aspects de la question demeurent cependant encore relativement rares (Chaudiron et Ihadjadene, 2010).

Par ailleurs, très peu d'études se sont appliquées à brosser un portrait global et compréhensif de tous les facteurs combinés qui interviennent dans les comportements informationnels, ce qui motive certains auteurs à prétendre qu'il ne sera peut-être jamais possible « d'élaborer une théorie générale avec une logique explicative de l'ensemble des pratiques » (Chaudiron et Ihadjadene, 2010, p.20). Mais bien que ce défaut de perspective amène à devoir relativiser la portée de chaque contribution, ce champ de recherche n'en demeure pas moins très riche et de nombreuses publications permettent malgré tout de faire avancer sa compréhension. Qui plus est, il est toujours possible de faire dialoguer les travaux portant sur les contextes de recherche d'informations avec ceux portant sur les pratiques informationnelles pour obtenir une compréhension plus rigoureuse et à portée plus générale. Dans le cadre de nos réflexions, il apparaît donc utile de présenter une première esquisse d'une partie des travaux récents pouvant aider à appréhender la nature complexe et évolutive de la relation entre les citoyens et les différentes sources d'actualités auxquelles ils sont confrontés.

Cette revue documentaire servira de point d'ancrage à l'étude plus large sur les pratiques informationnelles des Québécois et leur confiance envers les autorités journalistiques, un projet de recherche qui réunit plusieurs acteurs majeurs du journalisme et de la communication scientifique (le LabCMO, Radio-Canada, la Chaire de journalisme scientifique Bell Globemédia, l'Agence Science Presse, l'Association des communicateurs scientifiques du Québec, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec). Dans le contexte de ce grand projet, la présente incursion dans la littérature aura pour objectif d'identifier l'ensemble des éléments

susceptibles d'expliquer et de comprendre le rapport des publics à l'information dans l'environnement médiatique actuel et de faire un survol des connaissances déjà acquises sur ces sujets. Ces facteurs seront regroupés sous quatre grands thèmes, qui feront chacun l'objet d'une publication séparée.

Ainsi, une première publication a traité des motivations à s'informer. Il y fut question des différents éléments qui peuvent influencer l'attention portée à l'actualité en général, ceux-ci étant principalement : les caractéristiques sociodémographiques, le rapport au politique, le contexte d'utilisation, etc. Par ailleurs, le thème de l'exposition accidentelle aux nouvelles sur des portails web a également abordé. En dernier lieu, ce document a fait état des connaissances actuelles concernant l'intérêt des Canadiens pour les contenus informationnels.

Cette seconde publication traite des moyens et des sources d'informations à l'ère numérique. En guise d'introduction, ce chapitre aborde la question de l'accès à la technologie, en insistant surtout sur les compétences à développer pour pouvoir consulter et s'appropriier les contenus en format numérique. Ce sujet est tout naturellement suivi par celui de l'expansion sans précédent de l'offre informationnelle. Ici, plusieurs phénomènes associés à cette réalité sont abordés, tels que la possibilité d'échapper aux mécanismes de contrôle et de diffuser n'importe quelle communication sans passer par les filtres médiatiques traditionnels (Rebillard, 2017), le rapport brouillé à la provenance des contenus (Quéré, 2018) ainsi que la surcharge informationnelle. Ce chapitre s'achève par une discussion sur l'état de la recherche concernant les informations « modifiées », « fabriquées » ou « trompeuses » qui circulent sur le web, un phénomène souvent désigné par les professionnels du secteur comme de la « désinformation », « malinformation », « mésinformation », ou encore, de « fausses nouvelles ».

Dans la troisième publication, il sera question du fonctionnement des plateformes et, plus précisément, de la manière dont le modèle d'affaires qui consiste à exploiter les données utilisateurs à des fins commerciales influence la circulation des informations sur le web (Smyrnaio, 2017). Dans l'optique de collecter un maximum de renseignements sur les internautes, les entreprises qui fondent leur richesse sur les données prennent en effet de fréquentes décisions éditoriales qui affectent la visibilité des contenus en ligne (Boullier, 2020). Par l'entremise de leurs algorithmes, elles font le tri dans les milliers de rubriques créés partout sur la planète et sélectionnent celles qui seront proposées aux utilisateurs, les autres se retrouvant dès lors noyés dans les tréfonds infinis du web. Ainsi, la question des algorithmes et de leur fonctionnement ne manque pas d'intéresser les chercheurs, qui sont nombreux à s'interroger sur les effets réels de ces dispositifs sur les publics, notamment en ce qui concerne leur rapport à l'information. Le troisième volet de cette revue de littérature sera donc consacré à décortiquer ce que ces études peuvent nous apprendre sur ces nouveaux « filtres », qui se sont ajoutés à ceux traditionnellement dénoncés par la critique des médias (orientation lucrative des entreprises de presse, poids de la publicité, relations entre la presse et les pouvoirs en place, etc.) (Chomsky & Herman 2008 [1988]). On y discutera notamment des méthodes employées par les sites pour engager leurs consommateurs (amplification de contenus, ciblage, personnalisation, etc.) et de l'état de la recherche sur les effets de ces tactiques. Bien entendu, la question de l'utilisation de ces procédés par les producteurs d'informations traditionnels et autres groupes médiatiques sera aussi abordée. Pour terminer, ce troisième volet s'intéressera aux différents outils numériques de communication, tels que les possibilités d'échange et de partages, dans l'écosystème informationnel, ainsi qu'à leurs appropriations.

Enfin, la quatrième publication abordera la question de la réception et du traitement de l'information. On y discutera notamment des modes de consommation des contenus en ligne et de leur interprétation. Le rôle de l'entourage sur les façons de voir l'actualité sera aussi examiné en profondeur, en même temps que d'autres facteurs psychologiques, cognitifs et sociologiques ayant un impact sur la perception du monde. Ce chapitre se terminera par un résumé des études antérieures concernant les effets des médias sur la population.

Naturellement, l'objectif de ces revues n'est pas de traiter chacun des thèmes décrits plus haut en grande profondeur, ou de faire une description complète de tous les ouvrages se rapportant à chaque sujet. Tel que mentionné précédemment, il s'agit plutôt de favoriser une compréhension globale du rapport à l'information en identifiant les éléments à prendre en compte et en résumant les connaissances déjà acquises sur ces questions. Du reste, une attention spéciale sera portée à repérer les liens entre les variables et dimensions identifiées, la fonction de ce document étant ultimement de dresser les contours d'une étude qui ambitionne d'appréhender le rapport à l'information comme un système complexe d'éléments qui s'entrecroisent et interagissent (tel qu'esquissé dans le graphique suivant).

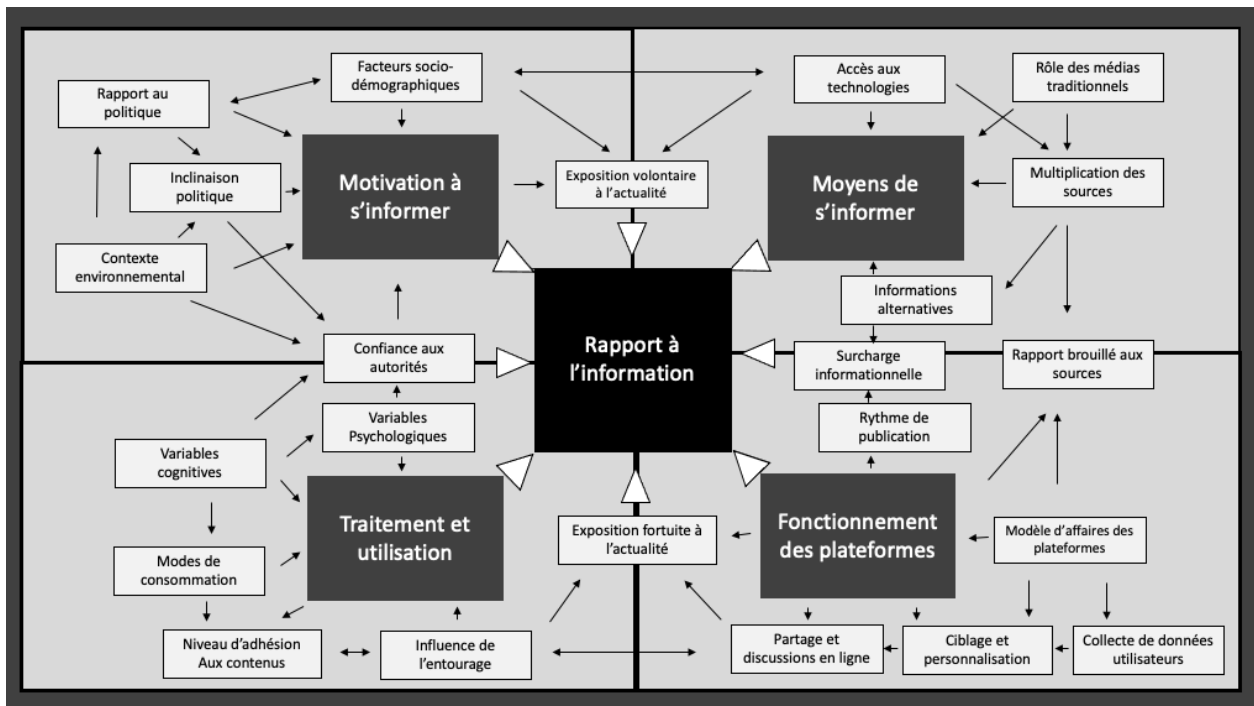


Figure 1 - Représentation graphique du rapport à l'information comme un système complexe

L'intérêt d'une modélisation du rapport à l'information

À l'évidence, le rapport à l'information peut être qualifié de phénomène complexe, un concept utilisé pour parler des objets d'étude qui comportent de nombreuses variables en interaction et en constante évolution, ce qui affecte grandement la capacité des chercheurs à les appréhender de façon globale. Dans un tel contexte, rendre le problème plus intelligible nécessite souvent d'avoir recours à la modélisation (Julo, 1995 ; Bagaoui, 2006). Dans les premières phases d'une réflexion, ces représentations schématiques permettent entre autres de formuler des hypothèses détaillées, qui ont l'avantage de prendre en compte la diversité des dynamiques entourant le sujet à l'étude (Armatte, 2005 ; Bulle, 2005). Le plus souvent, elles servent aussi à définir un certain nombre de questions de recherches, chacune de ces questions menant à des enquêtes différentes qui permettent de raffiner le modèle de base et d'accéder à une meilleure compréhension d'un phénomène humain.

Bien qu'elle ait certains avantages, la modélisation systémique comporte toutefois de nombreux inconvénients, dont celui non négligeable de donner lieu à des représentations imprécises et instables des objets d'étude (Donnadieu & Karsky, 2002). En effet, les phénomènes complexes étant en constante émergence, les modèles qui en résultent ne sont jamais complets et leurs frontières demeurent le plus souvent incertaines (Donnadieu & Karsky, 2002, Bagaoui, 2006). Certains vont même jusqu'à affirmer que les objets complexes ne peuvent être réellement compris par les chercheurs, notamment parce que les liens entre les éléments sont trop nombreux pour être réellement appréhendés (Bagaoui, 2006). Malgré tout, cette méthode a l'avantage de prendre en compte l'effet combiné d'un ensemble de facteurs sur un même sujet d'étude, ce qui mène à des interprétations parfois différentes de celles avancées dans le cadre de travaux plus linéaires. De ce fait, la modélisation peut s'avérer un outil utile pour « *réfléchir des phénomènes perçus complexes* » (Gendron & Richard, 2015, p.78), comme c'est le cas des pratiques informationnelles, dès lors qu'elle est conçue comme une manière de jouer entre la précision d'études situées, et la tentative d'en offrir une compréhension globale. Dans cette optique, cette revue de littérature vise ultimement à mettre en relation les différentes variables qui pèsent sur le rapport à l'information, de manière à informer et orienter notre enquête des publics francophones de l'actualité.

LES MOYENS DE S'INFORMER ET LES SOURCES D'INFORMATION

Au cours des vingt dernières années, les technologies numériques ont transformé notre façon de consommer l'actualité, ce qui ne peut manquer d'avoir influencé le rapport à l'information (Rieffel, 2014). Depuis l'avènement du web, nous assistons plus précisément à un phénomène de dématérialisation des supports qui a provoqué une expansion sans précédent de l'offre de contenu, en même temps qu'une modification de certaines pratiques (Benghozi, 2011). Grâce à la numérisation massive de nombreux biens se rapportant à la culture et au divertissement, une infinité de produits auparavant hors de portée sont maintenant disponibles. Pour les producteurs, cet accroissement de l'offre s'est cependant traduit par l'inconvénient de devoir composer avec un certain **éparpillement des publics**, ces derniers ayant progressivement cessé de converger autour des entreprises médiatiques traditionnelles pour se tourner vers un nombre croissant de sources et de lieux de consommation, compliquant de ce fait la commercialisation des productions culturelles et informationnelles (Demers, 2007 ; Boyadjian, 2022). Y voyant une opportunité, le marché a alors entrepris des efforts pour « **reconstruire les audiences** » (Demers, 2007, p.35), en concevant des dispositifs permettant de rassembler sur une même plateforme, les informations de provenances disparates. Bien que ces « agrégateurs de contenu » aient permis à la presse d'atteindre un public plus large, cet avantage s'est accompagné de plusieurs défis pour les entreprises du secteur, qui subissent aujourd'hui les contrecoups des changements dans l'écosystème médiatique. Dans le cadre de ce deuxième volet de notre revue de littérature, nous nous pencherons sur cette nouvelle réalité et tenterons de mieux comprendre l'ensemble des conséquences de la multiplication de l'offre de contenu sur la relation des publics à l'information.

L'accès aux technologies

Avant d'aborder le thème de la multiplication des sources d'information, il convient de traiter brièvement la question de l'accès aux nouvelles technologies et des compétences à développer pour être en mesure de consulter les contenus en format numérique. D'un point de vue **purement matériel**, il faut avant tout rappeler que malgré un taux d'adoption massif aux nouveaux moyens de communication, certains individus ne possèdent toujours pas d'équipement ou de connexion Internet. Ici, les inégalités se retrouvent surtout au niveau des zones géographiques, les pays riches et industrialisés étant naturellement mieux connectés que les régions plus pauvres (Granjon, 2004, 2022 ; Youssef, 2004 ; Coavoux, 2012). Selon les dernières statistiques de l'Organisation des Nations Unies, près d'un tiers de la population mondiale serait ainsi, encore privée d'un accès à Internet, notamment en Afrique, en Asie-Pacifique et dans plusieurs pays arabes. Par ailleurs, même dans les endroits où le numérique est très répandu, on peut encore distinguer certaines disparités. On voit par exemple des inégalités entre les villes et la campagne, les milieux ruraux possédant souvent une connexion de moins bonne qualité que les endroits où la population est plus dense (Youssef, 2004 ; Coavoux, 2012 ; INSPQ, 2021). En outre, le niveau d'équipement varie également en fonction de facteurs sociaux, dont notamment le revenu (Granjon, 2022). Au Québec, ce facteur est d'ailleurs reconnu comme l'élément ayant le plus d'impact sur l'accès à Internet (INSPQ, 2021). Heureusement, les disparités matérielles tendent à diminuer à mesure que les

infrastructures s'étendent et que les politiques publiques mettent en place des projets pour favoriser le développement du numérique.

Spécifiquement au Québec, le niveau de connectivité est globalement élevé. En 2019, seulement 5% des adultes ne possédaient aucun appareil électronique. Ce nombre grimpait en revanche à 14% chez les 65-74 ans et à 19% chez les 75 ans et plus. Par ailleurs, 6% des adultes ne disposaient pas d'une connexion Internet. Les diplômés universitaires et les foyers dont le revenu est supérieur à 100 000 \$ étaient en outre, plus nombreux à posséder ces outils (CEFRIQ, 2019). Ailleurs dans le monde, on remarque également que l'accès aux technologies est de plus en plus généralisé, même dans les milieux les plus pauvres. Aujourd'hui, l'aspect le plus préoccupant se situe donc le plus souvent au niveau **des usages** (Coavoux, 2012 ; Granjon, 2012 ; 2022).

L'UTILISATION DE LA TECHNOLOGIE

Bien qu'utiliser efficacement la technologie semble une habileté naturelle pour certains, il est important de prendre conscience que ce n'est pas le cas pour tous. En fait, les savoirs techniques et cognitifs sont loin d'être distribués également dans la population (Hargittai, 2002 ; Youssef, 2004 ; Coavoux, 2012 ; Rieffel, 2014 ; Granjon, 2022 ; Lythreathis & al., 2022). De nombreux obstacles peuvent venir entraver la capacité d'un individu à accéder et à saisir les informations diffusées dans les médias numériques. La première difficulté réside au niveau des habiletés d'ordre technique, aussi appelées « compétences instrumentales » (Hargittai, 2002) ou « compétences numériques » (Serres, 2012), une question dont nous discuterons plus en détail un peu plus loin dans ce document. La seconde difficulté réside au niveau de « la capacité à s'approprier les contenus », un facteur qui peut avoir un impact déterminant sur le rapport à l'information. C'est du moins ce que soutient Le Saulnier (2013) dans un article où il explique que le web a modifié « l'acte de lire » qui peut être défini comme une interaction entre un individu et un texte. Quel que soit le média impliqué, cette interaction se produit toujours dans des circonstances précises et elle est régie par des règles qui diffèrent selon les supports (formats, présentations, etc.). Ainsi, bien que l'actualité en ligne puisse, à première vue, sembler similaire à la presse écrite, les règles qui encadrent l'utilisation de ces deux médiums ne sont en rien semblables, puisque chacun fonctionne selon ses propres modalités « *de production, de circulation et de réception* » (Le Saulnier, 2013, p.57). Par exemple, la presse en ligne n'est pas conditionnée par les limites d'espace qui déterminent encore le mode de présentation des journaux imprimés. En contrepartie, les outils numériques sont limités par la taille des écrans, qui empêche souvent le lecteur de prendre connaissance rapidement de l'ensemble des contenus présentés et l'oblige à faire dérouler les articles les uns un après les autres. Or, ce type de particularités influence de manière importante la manière de lire et de comprendre les textes (Le Saulnier, 2013).

D'un autre côté, la presse en ligne nécessite aussi d'effectuer des opérations complexes pour trier et s'approprier les contenus (Le Saulnier, 2013). Tout d'abord, les internautes qui consultent un vaste répertoire de titres de presse se voient dans l'obligation de « *se familiariser avec les conventions de lecture en vigueur sur chaque support, à commencer par la structuration de l'information* » (p.65). Outre cela, ils doivent sans cesse adapter leur mode d'interprétation aux formats changeant des contenus. À ce propos, il semblerait que beaucoup de lecteurs se sentent déstabilisés par la coexistence des différentes formes que peuvent prendre les contenus

présentés sur un même support (texte, son, vidéo, etc.), ainsi que par la variation des sujets sur une même page. Selon Guillaume Le Saulnier (2013), ces modalités de production propres à l'information sur le web favoriseraient ainsi une consommation superficielle et volatile des textes, de même qu'une attention démesurée envers les grands titres. Or ces deux éléments auraient pour conséquences de fragiliser le lien avec les lecteurs, sans compter qu'elles tendent à diminuer encore un peu plus les frontières entre l'information et le divertissement. Sans parler du fait que les appareils électroniques font souvent « *obstacle au confort* » avec une taille, une résolution d'écran et un niveau de luminosité qui incitent à un mouvement discontinu plutôt que linéaire et affectent la vitesse de lecture et la capacité à saisir les informations. Une situation encore aggravée par les messages publicitaires et les liens hypertextes qui sollicitent sans cesse le regard et distraient de la lecture.

Sur le même sujet, Guillaume Le Saulnier (2013) précise d'ailleurs que la pratique qui consiste à naviguer d'un site à l'autre à travers des liens hypertextes est particulièrement problématique pour la compréhension, car elle « *suppose une capacité à relier entre elles des informations décontextualisées* ». En effet, le lecteur qui progresse de lien en lien se voit constamment forcé de reconstruire mentalement les éléments contextuels dont il a besoin pour comprendre ce qu'il lit. Autrement dit, la lecture hypertextuelle s'avère « *cognitivement onéreuse* », c'est-à-dire qu'elle « *exige un effort accru pour produire du sens et de la cohérence, à partir de fragments hétérogènes plus ou moins conformes aux normes du travail journalistique* » (p.69).

Pour toutes ces raisons, la facilité à lire et à comprendre la presse écrite est fortement liée au degré de familiarité des utilisateurs avec la culture des écrans, ce qui crée des disparités importantes entre les consommateurs intensifs du web et les autres. Sur ce sujet, un article de Devillard et al. (2013) distingue plus précisément deux types d'utilisateurs. D'une part les utilisateurs dits plus « *conventionnels* » qui ne sont pas à l'aise avec les nouvelles technologies et qui ont de la difficulté à évaluer la qualité des contenus qui leur sont présentés. D'autre part les utilisateurs « *connectés* » qui ont plus de facilité à manier les nouveaux outils et qui ont tendance à chercher et trier eux-mêmes l'info. Alors que les utilisateurs de type conventionnel se laissent guider par la sélection effectuée pour eux par les journalistes, les plus connectés recherchent les contenus qui les intéressent, l'enjeu pour eux étant d'avoir assez de temps et d'énergie pour trouver et traiter l'information qui les intéresse.

À la lumière de ces informations, il n'est pas étonnant de constater que l'engagement envers l'information est corrélé notamment à la profession exercée, une variable qui n'avait jamais été mobilisée auparavant par les chercheurs, mais qui, selon une étude de Devillard et ses collaborateurs (2013), détermine le type d'utilisation des nouveaux médias de communication et, par le fait même, la façon de consommer des contenus en ligne (Jouët & Rieffel, 2013). Étant appelés à manier plus régulièrement les outils numériques, les professionnels qui œuvrent dans des secteurs tels que la communication, la publicité ou la consultation auraient ainsi beaucoup plus de facilité à élaborer des stratégies de recherche et à partager de l'information sophistiquée que ceux dont le travail ne requière pas une utilisation quotidienne de la technologie (Devillard et al., 2013).

La multiplication des sources

Un des principaux changements induits par la numérisation massive des biens culturels et informationnels a été l'expansion sans précédent de l'offre, qui s'est également accompagnée d'une transformation dans les modes de consommation (Benghozi, 2011). En l'espace de quelques années, les publics se sont vus accorder un accès presque illimité à une quantité astronomique de contenus informationnels publiés partout sur la planète. Prenant avantage des facilités de diffusion offertes par les nouvelles technologies, de nouveaux joueurs se sont graduellement fait une place dans l'écosystème, contribuant de ce fait à augmenter l'offre et exerçant une pression encore accrue sur les producteurs traditionnels (Targnion, 2019).

Parmi les nouveaux entrants qui ont attiré l'attention des chercheurs, on retrouve avant tout les « *pure players* », c'est-à-dire des groupes de presse professionnels qui œuvrent exclusivement sur Internet et « *dont la vocation est de proposer une information alternative* » (Rieffel, 2014, p.197). Dans les premières années de l'Internet, cette catégorie d'acteur a connu une croissance rapide bien que sa progression se soit heurtée à des obstacles au fil du temps (Sirkkunen & Cook, 2012 ; George et al., 2013). Sur ce sujet, une contribution d'Éric George et ses collaborateurs (2013) précise en effet que, bien que la popularisation d'Internet ait d'abord permis l'émergence de plusieurs journaux numériques indépendants, il n'est pas rare de voir ces organismes s'éteindre au bout de quelques années, faute de moyen pour continuer. Or, cette réalité est d'autant plus vraie au Québec, où la taille limitée des publics, combinée à la force des producteurs d'actualité implantés dans le marché rendent encore plus difficile la mise en place d'un modèle d'affaires viable pour un nouveau joueur. Sans compter que les joueurs indépendants ont généralement peu d'accès à la maigre part de revenus publicitaires encore octroyés à l'industrie (George et al., 2013). Pour toutes ces raisons, l'influence des nouveaux producteurs dans le marché de l'information demeure donc restreinte.

Parallèlement, le développement des blogues et des médias socionumériques a permis l'émergence d'un phénomène que les chercheurs désignent parfois sous le nom de « *journalisme citoyen* », un terme qui fait référence aux nombreux internautes qui jouent un rôle actif dans le processus de récupération, d'analyse et de distribution de l'information (Bowman & Willis, 2003). Grâce aux moyens de communication numériques, couvrir l'actualité est effectivement considéré par un nombre croissant d'individus comme une activité à la portée de tous (et non un privilège réservé aux riches institutions) (Bowman & Willis, 2003). Pendant quelques années, cette évolution a même semblé porteuse d'une possible révolution journalistique, qui se traduirait par une multiplication des sujets traités et des articles consultés (Grosbois, 2018). Les études qui se sont penchées sur la question ont cependant constaté que, jusqu'à présent, ces espoirs ne se concrétisent pas toujours. En fait, bien que les contributions citoyennes continuent d'être publiées chaque jour sur des blogues ou des sites amateurs, elles ne bénéficient souvent que d'une visibilité limitée, notamment parce que les algorithmes ont tendance à concentrer la consommation des produits culturels sur un petit nombre de produits populaires (Fleder & Hosanagar, 2009 ; Bourreau et al., 2015). Autrement dit, les joueurs indépendants sont désavantagés par le pouvoir des plateformes qui se sont appropriées une part importante de la distribution des contenus informationnels, héritant par le fait même du pouvoir de choisir les rubriques qui sont rendues visibles pour les utilisateurs (Cetina & Martinez, 2019 ; Klonick ; 2018 ; Rebillard & Smyrniaios, 2019).

Sur ce sujet, il est intéressant de mentionner que le « journalisme citoyen » partage certaines aspirations avec un autre groupe d'acteurs mieux implanté que l'on appelle les « médiactivistes ». Selon Cardon et Granjon, ces derniers se définissent par leur opposition aux producteurs d'informations traditionnels et ils se sont donnés la mission d'orienter « l'action collective vers la critique des médias dominants ou la mise en œuvre de dispositifs alternatifs de productions d'information » (Cardon & Granjon, 2013, p.8). Cette philosophie a ainsi donné naissance à plusieurs médias alternatifs, aujourd'hui en ligne, qui se sont attribués le rôle de défendre le citoyen et de promouvoir le débat dans la communauté, mais dont les approches alternatives comme les positions politiques peuvent fortement différer (Frau-Meig, 2005 ; Grosbois, 2022 ; Jammet & Guidi, 2017). Si leur variété couvre l'ensemble de l'échiquier politique, les plus étudiés se qualifient de site de réinformation (tout particulièrement ceux qui se situent à l'extrême-droite). Or, ces derniers peuvent adopter une attitude très radicale à l'égard des médias traditionnels, allant même jusqu'à dénoncer ce qu'ils considèrent comme les « mensonges » de la compétition (Stephan & Vauchez, 2021). En général les « médiactivistes » se présentent généralement comme étant « *proches de leurs publics, répondants à maints besoins sociétaux et remplissant des fonctions que ni les médias commerciaux ni les médias de service public ne peuvent satisfaire* ». Ils disent aussi « *contribuer à encourager le débat public, le pluralisme politique* » (Rigoni et al., 2015). Le plus souvent cependant, les publications qui adoptent ce positionnement ne sont pas dirigées par des professionnels de l'information, mais par des activistes qui peuvent varier dans leur manière de clarifier leur manière de construire l'actualité (Frau-Meig, 2005 ; Cardon & Granjon, 2013).

Avec le déplacement des anciens médias et l'arrivée des nouveaux joueurs, Internet est ainsi rapidement devenu un terrain très riche en contenus informationnels. Néanmoins la multiplication de l'offre a causé un éparpillement des publics qui a rendu difficile la commercialisation des biens culturels. Or, ceci a favorisé l'apparition dans le marché d'une catégorie de joueurs très performants, que l'on désigne sous le nom « **d'infomédiaires** » (Rebillard & Smyrnaio, 2010), un terme qui reflète leur statut *d'intermédiaires* entre les producteurs d'information et les internautes (Goyette-Côté, 2012). Contrairement aux éditeurs traditionnels qui produisent leurs propres contenus, les infomédiaires puisent à peu de frais leurs articles chez différents fournisseurs, pour ensuite les proposer aux lecteurs sur leurs plateformes, ce qui favorise la maximisation de leurs profits. Sur ce sujet, une recherche de Marc-Olivier Goyette-Côté (2012) distingue deux types d'infomédiaires. D'une part, on retrouve des portails qui redistribuent des nouvelles en plus de leurs autres services (comme par exemple la messagerie web ou la recherche en ligne). Les médias sociaux comme Facebook et les entreprises de services technologiques font partie de cette catégorie. D'autre part, on retrouve des agrégateurs de nouvelles, qui se concentrent uniquement sur la distribution d'articles provenant de différents médias (ex. : Sympatico Actualités). Dans les deux cas, l'activité de ces intermédiaires numériques consiste à « *extraire et classer des contenus d'actualité particulièrement nombreux et dispersés afin de proposer aux internautes une information à la fois exhaustive et personnalisable* » (Rebillard & Smyrnaio, 2010, p.163). Dans le contexte de la multiplication de l'offre de contenus journalistiques, ils se sont donnés pour mission de faciliter l'accès à l'information pour leurs clients. Se faisant, ils ont cependant tendance à brouiller le rapport aux sources d'informations, ce qui fragilise la relation des producteurs avec leurs publics.

Le rapport brouillé aux sources d'informations

Une des conséquences les plus notables de l'intégration des médias sociaux et des portails de nouvelles dans l'écosystème informationnel a été de créer une certaine confusion autour des sources originales des contenus publiés sur ces plateformes (Vitali-Rosati, 2018 ; Tandoc et al., 2018 ; Quéré, 2018 ; Serres, 2012). À ce sujet, un article de Viner (2018) souligne que pour un utilisateur qui fait dérouler les mises à jour sur une plateforme sociale, toutes les dépêches peuvent sembler équivalentes. Étant donné leur aspect très semblable, il est facile de perdre de vue leur provenance. Or cette réalité rend beaucoup plus difficile la tâche d'évaluer la qualité des contenus et de faire la distinction entre ce qui est crédible et ce qui ne l'est pas (Serres, 2012). Ainsi, lorsqu'ils ne peuvent fonder leur évaluation sur la source, les internautes s'en remettent parfois à d'autres critères pour classer et hiérarchiser les rubriques auxquelles ils sont exposés. Parmi ceux-ci, une large place est accordée aux indicateurs de popularité (comme les commentaires ou les partages), initialement mis en place par les plateformes pour orienter les initiatives publicitaires (Tandoc et al., 2018). C'est du moins ce que révèle une étude de Thorson (2008), qui s'est penché sur l'effet que pouvaient avoir les systèmes de recommandations des plateformes sur la consommation d'actualité. Selon ses travaux, les métriques conçues dans une perspective marketing sont aujourd'hui considérées par la population comme une manifestation de l'opinion de la majorité, ce qui équivaut pour plusieurs à un gage de fiabilité. À ce propos, l'auteur note toutefois que les indices de popularité sur les réseaux sociaux ont tendance à activer un « cycle auto-réalisant », où les articles qui sont accompagnés de nombreux signes d'appréciation reçoivent plus d'attention, ce qui a pour conséquence de les rendre encore plus susceptibles d'être « aimés » par des lecteurs, et ainsi de suite (Thorson, 2008). Une boucle qui, au final, serait particulièrement propice à la propagation d'informations non vérifiées.

Sur un sujet similaire, une recherche d'Alexandre Coutant (2014) a également démontré que, en plus de juger les contenus numériques par leur popularité, les utilisateurs accordent un certain poids à leur aspect général. Selon cette étude, la perception de fiabilité reposerait en effet partiellement sur l'apparence ou, plus précisément, sur les « *gages symboliques de confiance* » tel que les logos ou les éléments qui « *encadrent* » l'expérience ou les interactions (Coutant, 2014). Dans bien des cas, la première impression concernant un article de source inconnue pourrait bien être influencée tout simplement par son allure. En conséquence, il suffirait souvent à un contenu fabriqué « *d'apparaître comme une vraie nouvelle* » pour obtenir la confiance des internautes, surtout si le diffuseur parvient à « *feindre l'omniprésence* » des informations légitimes en construisant un réseau de faux sites proposant tous la même dépêche, ce qui renforce en même temps l'illusion que le message a été largement diffusé (Tandoc et al., 2018).

En résumé, la distribution de l'information sur le web rend beaucoup plus difficile l'identification des sources d'information, ce qui oblige les utilisateurs à évaluer eux-mêmes l'autorité informationnelle de chaque contenu. Or, bien que l'aptitude à qualifier l'information puisse à première vue sembler naturelle, il s'agit en fait d'une compétence apprise et distribuée très inégalement dans la population (Serres, 2005, 2012), ce qui explique que plusieurs citoyens fondent leur jugement sur des indices parfois peu fiables. Ce problème est en outre amplifié par la prolifération des contenus, qui créent une situation de surcharge informationnelle. Selon Caroline Sauvajol-Rialland (2014), l'infobésité serait en effet devenue une condition incontournable de notre époque, ce qui fait de

cette composante un autre facteur à prendre en compte lorsqu'on étudie la relation que les citoyens entretiennent avec les dispositifs qui servent à les informer. Précisons à ce sujet que le détail des classements à comprendre dans le nouvel écosystème informationnel sera abordé dans le prochain volet de cette revue de littérature.

La surcharge informationnelle

Il va sans dire que la démocratisation de l'accès à l'information a intensifié un phénomène de « surcharge informationnelle », un concept qui fait référence à l'impossibilité pour un être humain de traiter l'énorme quantité de contenus à laquelle il est chaque jour exposé. Ici, il est important de préciser que si l'écosystème actuel illustre fortement cette situation, il ne faudrait pas pour autant l'assimiler aux seuls effets du numérique, puisque la conscience que la denrée rare n'est pas l'information, mais l'attention, est théorisée depuis le début des années 70, et découle notamment de la production massive de contenus par les médias traditionnels (Citton, 2014). Néanmoins, cette situation ne peut manquer d'affecter le rapport à l'information. Dans un livre sur la désinformation en temps de guerre, Claire Moucharafieh (1996) fait valoir à ce sujet que la surinformation a pour effet de rendre le tri et le recul analytique impossibles et cause inévitablement une perte de temps et d'énergie. De ce fait, elle a souvent tendance à enlever de la valeur aux renseignements disponibles, que ceux-ci soient bons ou mauvais. Sur ce point, André Tricot, Julie Lemarié et Gilles Sahut (2016) expliquent quant à eux que les informations inutiles auxquelles les publics sont constamment confrontés génèrent ce qu'ils appellent du « bruit documentaire », qui implique une perte de temps et une dispersion de l'attention. Parallèlement, les contenus pertinents, mais présentés en trop grand nombre demandent aussi du temps pour être hiérarchisés et traités, ce qui nécessite un degré de volonté qui a forcément ses limites. En somme, qu'elle se compose de contenus fiables ou non, la surabondance d'information présentée de façon superficielle et décontextualisée finit par créer la confusion, le doute et le désengagement.

Sur ce point, le philosophe américain Michael Patrick Lynch (2018) soutient d'ailleurs que la multiplication des contenus informationnels combinée au manque de fiabilité de plusieurs rubriques qui circulent dans l'espace public incitent certains citoyens à repousser d'emblée une grande quantité d'information, sans même prendre la peine de les évaluer. L'autre effet négatif serait le développement d'une tendance à surestimer ses propres savoirs et sa propre compréhension des choses. Il semblerait en effet que le simple fait **d'avoir accès à la connaissance** puisse résulter en une fausse impression de **posséder soi-même ces connaissances**, du moins selon deux spécialistes en sciences cognitives cités par l'auteur. Selon les propres mots de Lynch, il s'avère que « *plus il y a de savoir expert à notre disposition, plus nous sommes sûrs que c'est un savoir que nous possédons nous même* » (Lynch, 2018, p.8), l'accès étant ici confondu avec la maîtrise. En conséquence, l'obésité informationnelle qui caractérise notre mode de vie actuel pourrait aussi contribuer à **diminuer la valeur accordée aux experts**, favorisant encore ici le doute et la confusion. Une confusion aussi aggravée par la circulation rapide d'une variété de contenus alternatifs moins fiables.

La circulation de contenus informationnels alternatifs peu fiables

Quand on parle des sources d'informations à l'ère numérique, on ne peut manquer d'évoquer les divers contenus « modifiés », « fabriqués » ou « trompeurs » qui sont amplifiés par le fonctionnement algorithmique de certaines plateformes, un phénomène souvent désigné comme de la « désinformation », « malinformation », « mésinformation », ou simplement des « fausses nouvelles ». Précisons dès à présent que ces termes sont particulièrement discutés pour tenter de préciser ce qui est évoqué lorsqu'ils sont employés, particulièrement dans leur très fort usage médiatique (Vauchez, 2022), mais aussi dans la littérature scientifique (Dauphin, 2019). Si les recherches sur la propagande (Colon, 2019) permettent d'illustrer la variété de ses formes, dont les plus élaborées peuvent avoir des capacités d'influence importantes, les types de contenus peu fiables qui occupent actuellement l'attention relèvent d'une catégorie particulière bien moins élaborée, dont nous définirons plus avant les caractéristiques. Pris dans cette acceptation précise de « fausses nouvelles », soulignons que la proportion de ces contenus, tout comme leur potentielle efficacité pour tromper les publics, sont de plus en plus discutés par les chercheurs spécialistes des médias, au fur et à mesure que des enquêtes empiriques permettent de contredire la supposée crédulité de ces publics (Altay et al., 2023 ; Anderson, 2021 ; Cardon, 2019; Coutant, Rueff, 2023 ; Marwick et al., 2021). À noter que n'aborderons ici que les questions de la définition et de la circulation de ces contenus, et nous pencherons sur leurs éventuels effets dans la dernière revue de littérature. Il est néanmoins conseillé de garder dès à présent à l'esprit que production et circulation n'équivalent pas nécessairement à conviction et adhésion.

En fait, comme le rappellent systématiquement les chercheurs qui s'intéressent à la prolifération des contenus trompeurs dans l'espace public, les rumeurs et la désinformation ont toujours fait partie de nos vies, sans pour autant susciter de préoccupations majeures (Froissart, 2022 ; Dauphin, 2019). Néanmoins, depuis quelques années, les communications de ce type sont de plus en plus souvent pointées du doigt pour leurs effets néfastes, surtout lorsqu'elles circulent à grande vitesse sur le web, un environnement qui échapperait à tout contrôle, ou tout du moins aux procédures de contrôle mises en place par les acteurs traditionnels des médias. Plusieurs facteurs sont invoqués pour expliquer ce fait. Dans le discours populaire ou médiatique, une large part du pouvoir grandissant des fausses nouvelles est attribuée aux technologies numériques, qui permettraient à ces contenus d'être distribués à grande échelle et à travers les informations légitimes (sur les mêmes plateformes et dans les mêmes formats). Chez les scientifiques, on mentionne davantage la crise de confiance envers les institutions et l'effondrement des anciennes figures d'autorité culturelle (Quéré, 2018). Par ailleurs, ceux qui s'intéressent au sujet sont nombreux à mettre une partie du blâme sur l'industrie du divertissement qui, selon eux, prend désormais trop de place et tend à éclipser les sujets plus sérieux (Greffet & Wojcik, 2014). Dans certains cas, on va même jusqu'à accuser les nouvelles générations d'accorder trop d'importance à leurs émotions et de ne pas savoir différencier les faits des opinions (Viner, 2018 ; Monod, 2017 ; Quéré, 2018). Du côté de la psychologie, on explique la vulnérabilité aux fausses nouvelles par l'intervention des biais cognitifs dans le processus de traitement de l'information, une explication qui est aussi parfois ponctuée d'un rappel concernant le rôle des algorithmes de personnalisation, qui auraient pour effet de limiter l'exposition des internautes à un mince pourcentage des articles disponibles, rendant ainsi beaucoup plus difficile la tâche de les évaluer

objectivement, même si la proportion de ces phénomènes d'enfermement demeure difficile à établir rigoureusement (Diakopoulos, 2016 ; Farchy, Tallec, 2023).

LE CONCEPT DE « FAUSSES NOUVELLES »

Bien que la question des effets de la mauvaise information sera abordée plutôt dans le dernier volet de cette revue de littérature, il semble important d'aborder brièvement la question du concept de « fausses nouvelles », qui fait couler beaucoup d'encre depuis maintenant quelques années. Ici, il faut d'abord préciser que **le terme** « fausse nouvelle » est très critiqué dans la littérature scientifique, raison pour laquelle il est de moins en moins utilisé pour discuter d'une certaine catégorie d'informations parfois problématiques qui circule dans l'espace public. En réalité, il existe une grande confusion autour de la définition des « fausses nouvelles », un concept à la fois très évocateur et très flou, car il fait référence à une variété de concepts différents. Forts de ce constat, certains auteurs se sont employés à circonscrire les différents usages de l'expression. Dans cette optique, Tandoc et al. (2018), ont examiné 34 documents académiques dans le seul but de comprendre quels types de contenus étaient le plus souvent désignés comme étant des « fausses nouvelles ». Ils en ont identifié six.

Tout d'abord, Tandoc et al. (2018) ont observé que le concept de « fake news » était associé par certains chercheurs à celui de la **satire**, un terme qui fait référence à un mode de communication qui utilise l'humour et l'exagération pour dépeindre un événement ou formuler une critique. Ici, il ne s'agit pas de tromper les publics, puisqu'il est généralement assumé que ces derniers sont conscients de la blague. Malgré tout, le fait d'exagérer le propos fait en sorte de le déformer, au point qu'il peut effectivement être considéré comme n'ayant plus grand lien avec la réalité. Par ailleurs, d'autres auteurs considèrent **la parodie** comme une forme de fausse information. On parle notamment de cas où des reportages entièrement fictifs sont créés pour faire ressortir le ridicule d'une situation, tout en tenant encore une fois pour acquis que l'audience sait qu'elle a affaire à de l'humour. Ceci n'est toutefois pas le cas du troisième type de contenu identifié dans la contribution de Tandoc et al. (2018), soit les **nouvelles fabriquées dans l'optique de tromper**. Les auteurs décrivent ces messages comme des communications de type journalistiques qui n'ont aucune base factuelle, mais qui sont publiées dans le style des articles de presse pour donner une impression de légitimité qui permet de tromper l'audience. De fait, ce genre de discours prétendument journalistique ressemble beaucoup à **la propagande**, qui est en fait le quatrième type de contenu associé au terme « fake news » dans la littérature scientifique. Selon la définition qu'en fait l'article, il s'agit cette fois d'histoires créées par des entités politiques pour influencer la perception des citoyens. En cinquième lieu, il apparaît que certains documents universitaires associent pour leur part **la publicité et les relations publiques** à de fausses nouvelles. Il existe en effet de nombreuses situations où les professionnels du marketing adoptent les pratiques des journalistes ou leurs formats pour insérer des messages persuasifs dans les médias. Dans les cas les plus élaborés, la manipulation d'un récit peut même passer par la falsification **d'images ou de vidéos**, ce qui constitue d'ailleurs le sixième et dernier type de contenus le plus souvent désignés comme étant des « fausses nouvelles » selon les travaux de Tandoc Jr et al. (2018).

À cette déclinaison d'emplois du concepts identifiés par Tandoc et al. (2018), il faut encore ajouter les usages dans la population et par les institutions. Ainsi, dans plusieurs sociétés, il n'est pas rare de considérer **les potins** et les **commérages** comme étant de fausses informations, surtout quand ceux-ci sont **publiés pour des raisons purement financières**. Sur ce sujet, Targnion (2019) nous rappelle d'ailleurs que le numérique est particulièrement propice aux contenus ciblés dont le seul but est de générer du trafic pour attirer les annonceurs, une pratique appelée plus communément « piège à clics ». Les contenus désignés par cette appellation sont créés spécialement pour appâter les lecteurs, et ce, malgré le fait qu'ils sont généralement très pauvres en substance. Leur principal attrait réside le plus souvent dans leurs titres accrocheurs destinés à attirer l'attention (Fourquet-Courbet, 2004). Dans certains cas, ils tiennent également des propos sensationnalistes afin d'inciter leur auditoire à pousser la lecture un peu plus loin et à demeurer plus longtemps sur le site. Pas étonnant dans ce cas que les commérages et les ragots soient qualifiés de « fake new » par une partie de l'audience.

Par ailleurs, la distinction n'est pas non plus toujours bien établie entre les fausses nouvelles et les **théories conspirationnistes** (Vauchez, 2022), un phénomène pourtant bien circonscrit et dont on situe l'origine a aussi loin que 1798, donc bien avant la numérisation de l'information (Charpier, 2005). À ce sujet, un article de Rebillard (2017) explique que chaque théorie du complot qui voit le jour se fonde sur **une seule et même croyance de base** qui suppose qu'un petit groupe d'individus puissants se soit approprié la « marche du monde » et que ces derniers se coordonnent en secret pour éviter que les citoyens s'en aperçoivent. Dans cet univers, les institutions démocratiques et les médias traditionnels sont considérés comme des complices qui tentent de dissimuler les agissements de cette communauté secrète en construisant un discours destiné à faire accepter une fausse interprétation de la réalité. Le but du complotiste est alors de trouver la vérité qui se cache derrière les faux discours et d'éventuellement renverser le système. Dans sa quête de véracité, il rejette automatiquement toute communication provenant des institutions traditionnelles, qu'il considère inévitablement comme faisant partie du complot. Donc, si on en croit les propos de Rebillard (2017), aucun contre-argument rationnel ne pourra atteindre un vrai adepte, d'autant plus que la logique de circulation des contenus encouragée actuellement en ligne favorise l'accumulations d'indices qui, faute de fournir une démonstration cohérente, génèrent un effet de volume nourrissant cette logique méfiante.

Dans le langage journalistique, le concept de fausse nouvelle est plus souvent utilisé pour faire référence à des communications **délibérément trompeuses** qui ont été conçues non seulement pour bernier le public, mais pour **influencer leurs actions**. C'est ce qu'affirme Florian Dauphin (2019), dans un article où il s'applique à démontrer que la conception que les journalistes ont d'une fausse nouvelle est très proche de celle que l'on attribue à la **propagande**, un terme qui peut être défini comme « *l'expression d'opinion ou l'action effectuée délibérément par des individus ou des groupes en vue d'influencer l'opinion ou l'action d'autres individus ou groupes, avec référence à des fins prédéterminées et au moyen de manipulations psychologiques* » (Ellul, 1990, p.7). Sur ce point, l'auteur note cependant qu'il existe des différences notables entre les communications que l'on qualifie de « propagande » et celles que l'on désigne le plus souvent comme des « fake new ». Dans sa conception originale, la « propagande » réfère à un type de communication **propagé principalement par des entités gouvernementales ou autres instances politiques** qui se servent des médias traditionnels pour influencer le

peuple (Dauphin, 2019). Autrement dit, elle est le fait d'individus en position de pouvoir qui **s'efforcent de défendre les intérêts de la classe dominante**, ce qui n'est pas le cas de toutes les communications désignées comme étant des « fake news ». Très souvent, ces dernières sont plutôt diffusées de manière « horizontale » sur le web et par des citoyens dont la motivation serait de contredire le discours des élites, même si des figures plus centrales émergent progressivement des échanges. De ce point de vue, les caractéristiques des fausses nouvelles se rapprochent ainsi beaucoup de celles attribuées à **la rumeur**, dont l'objectif est de **raconter une histoire qui va à l'encontre de la version officielle** (Dauphin, 2019).

En définitive, le concept de « fausse nouvelle » est utilisé dans un grand nombre de contextes pour désigner des phénomènes qui, malgré certains points communs, demeurent distincts. En effet, l'étude des caractéristiques fondamentales de toutes les notions associées au concept de fausses nouvelles révèle des différences notables, tant au niveau de leurs objectifs que de leurs motivations et même au niveau des sources du message. Plus frappant encore, une analyse minutieuse de leur définition permet de constater **qu'aucun d'entre eux n'est défini par la fausseté des propos**, une absence qui n'a au demeurant rien d'étonnant au sein de concepts mieux définis théoriquement car l'épistémologie, notamment sociale, soulève bien que les informations se laissent rarement classer dans des dichotomies aussi strictes que vrai et faux (Vinhas & Bastos, 2022; Beillouin, 2021), comme le démonte le tableau récapitulatif suivant :

CARACTÉRISTIQUES FONDAMENTALES LIÉES AU CONCEPT	
Propagande	Histoires créées par des entités politiques pour influencer la perception des citoyens Propagée de manière verticale par des institutions La motivation est idéologique (promouvoir des idées) et elle concerne aussi le pouvoir
Publicité et relations publiques	Communications créées par des professionnels de la communication ou du marketing qui imitent les pratiques et/ou l'apparence des contenus journalistiques afin d'insérer des messages persuasifs dans les médias Propagée de manière verticale par des institutions La motivation est financière
Rumeurs	Histoire qui contredit la version officielle des faits Propagée de manière horizontale par les citoyens
Théorie de complot	Basé sur la croyance qu'il existe un réseau secret d'individus qui se sont approprié la « marche du monde » La motivation est de découvrir la réalité secrète qui se cache derrière ce que l'on tente de faire passer pour vrai et de faire éclater la vérité Propagée de manière horizontale par les citoyens
Satire ou parodie	Consiste à utiliser l'humour ou l'exagération pour présenter les informations du jour Propagée de manière verticale par des institutions La motivation est financière
Nouvelles à sensation	<ul style="list-style-type: none"> • Contenus spectaculaires et excitants désignés créés spécialement pour appâter les lecteurs dans un but essentiellement financier
Communication journalistique/institutionnelle	Erreur journalistique

Tableau 1 - Récapitulatif des emplois du concept de « fausse nouvelle »

Ainsi, utiliser le concept de « fausse nouvelle » pour définir un contenu informationnel trompeur mène souvent à l'impasse, ce qui explique probablement que ce terme ait tendance à disparaître du discours institutionnel. À la place, on parle souvent de « désinformation », « mésinformation » et « malinformation ». Dans un rapport publié par First Draft, la chercheuse Claire Wardle (2020) explique la différence entre ces concepts en ces termes : tout d'abord, la **désinformation** consiste à propager **délibérément une information fausse**, que ce soit dans une optique financière ou dans le but d'obtenir ou de conserver un certain pouvoir (politique, culturel, etc). La **mésinformation** quant à elle, consiste à partager une information **que l'on croit vraie, mais qui se révèle fausse**. Ici, il n'y a pas de mauvaise intention puisque la personne qui amplifie les contenus n'est pas consciente que ces derniers s'avèrent trompeurs. Selon Wardle (2020) la motivation derrière ce comportement est de nature sociopsychologique puisqu'il est le double résultat de convictions, et d'un désir d'appartenance à une collectivité dont la pensée est proche de la sienne. Enfin la **malinformation** consiste à propager un **renseignement véridique ou semi-véridique** dans le but de causer du tort. Souvent, l'information de base est authentique, mais elle est reformulée ou déformée, de sorte qu'elle contient des éléments trompeurs (informations basées sur des anecdotes ou des opinions, etc.). En fait, les stratégies pouvant être utilisées pour malinformer une audience sont nombreuses (ex. : citer des statistiques d'une manière trompeuse ; prendre des parties de citations pour renforcer un point ; changer la date ou l'heure d'une histoire ; utiliser des images trompeuses, etc.). Or, comme le fait remarquer Wardle (2020), ce type d'information biaisé peut être particulièrement nuisible puisque « *tout ce qui contient une once de vérité est beaucoup plus efficace pour convaincre et toucher les gens* » (p.11). Pas étonnant dans ce cas que ces techniques soient surtout utilisées par des acteurs mal intentionnés, notamment lorsqu'ils cherchent à obtenir ou conserver un certain pouvoir ou à créer le désordre.

Dans tous les cas, ces différentes formes de désinformation contribuent à semer la confusion et le doute, un problème en outre amplifié par la crise actuelle de confiance envers les journalistes (Viner, 2016 ; Vitali-Rosati, 2018 ; Berriche, 2021). Historiquement, c'est effectivement à eux que l'on confiait la tâche de sélectionner les informations à prendre en compte et d'en suggérer des interprétations. Aujourd'hui cependant, la relation entre les médias et les publics se complexifie, ce qui ouvre la porte à une foule d'autres sources alternatives parfois moins fiables. Or, dans un environnement médiatique qui n'est plus contrôlé par les médias dominants, la capacité de placer sa confiance en des institutions crédibles est plus importante que jamais. Il apparaît donc important de se pencher sur les mécanismes qui sous-tendent cette confiance.

La confiance envers les sources traditionnelles d'information

On peut difficilement aborder le choix des sources d'information sur le web sans parler de l'actuelle « crise » de confiance envers les institutions et anciennes figures d'autorité, qui représente un autre facteur contribuant à détourner les publics des médias traditionnels. Ici, le terme « d'autorité » fait référence à des personnes à qui les citoyens confient des responsabilités et un droit d'agir ou de s'exprimer dans le cadre d'une fonction précise (par exemple les membres du gouvernement, les scientifiques, les avocats, les journalistes, etc.). Dans plusieurs sociétés occidentales, cette confiance a tendance à diminuer, en même temps que celle accordée à l'ensemble

des institutions démocratiques qui subissent pour la plupart une crise de légitimité et sont souvent remises en doute par une partie de la population (Boisvert, 2002).

Ce constat a d'ailleurs été récemment confirmé par une étude de Manon Berriche (2021), qui s'est intéressée à la diversité des pratiques informationnelles des utilisateurs de Facebook ayant pris part à la conversation entourant les vaccins durant la pandémie. Afin d'en apprendre plus sur le sujet, elle a décortiqué 14287 commentaires liés à de faux contenus publiés sur ce média (et identifiés comme tels par des services de vérification des faits reconnus, comme par exemple celui du journal le Monde). Parmi les résultats obtenus, la chercheuse a notamment remarqué une grande différence entre les sources citées par les « anti-vax » et celles citées par les « pro-vax ». Du côté des utilisateurs qui se disaient contre les vaccins, la documentation provenait à près de 90% de médias de « *contre-information* » (ex. : *Wikistrike*), de sites discutant de santé alternative (ex. : *Santé Nature Innovation*), de vidéos YouTube d'utilisateur sans qualification précise, de *pages web* alimentées par différentes associations ou groupe (ex. : *Pour des vaccins sans aluminium*) ou de « *pétitions accompagnées de renseignements visant à critiquer les vaccins* ». En contrepartie, du côté des pro vaccins, les renseignements cités provenaient en majorité des rapports d'organismes sanitaires (l'OMS) ou des médias traditionnels. Face à ce résultat, l'auteur a conclu que « *les institutions centrales de la société et les médias traditionnels souffrent aujourd'hui d'une importante défiance de la part des publics et font l'objet de contestations croissantes* » (Berriche, 2021, p.135).

Sans surprise, de nombreux facteurs sont avancés pour expliquer cette méfiance. En plus d'être liée aux dynamiques sociales, elle est attribuée en partie aux nouvelles technologies de l'information, qui privent les experts des savoirs auparavant exclusifs sur lesquels était basée une part de la confiance placée en eux. Avant Internet, une portion non négligeable de la confiance accordée par exemple à un médecin, reposait sur des connaissances spécifiques acquises sur la maladie, un savoir qui ne pouvait être remis en doute par le patient qu'au prix de recherches laborieuses. Cette donnée a néanmoins partiellement changé avec la popularisation du web, qui permet désormais à chacun d'accéder en quelques clics à des explications contradictoires sur n'importe quel symptôme. Avec le temps, ceci nous place dans une situation où, comme l'exprime Berriche (2021) la disparité des usages numériques crée une tension entre les institutions centrales de la société et l'espace de contre-information et « *donnent la possibilité aux internautes, animés par une logique critique et hostile aux représentations intermédiaires, de court-circuiter cet espace central – en leur permettant d'effectuer des investigations tous azimuts au sein de sources situées à la périphérie de l'écosystème médiatique français* » (Berriche, 2021, p.135).

Ainsi, en diminuant l'accès prioritaire à certaines informations des mains des professionnels, les médias numériques ont favorisé la discussion de leurs savoirs, ce qui est souvent perçu comme une remise en cause. Au demeurant, ces mêmes technologies ont permis de dévoiler de nombreuses failles dans les institutions. Or, la confiance fonctionne d'une telle manière que quelques mauvais exemples peuvent rapidement jeter le discrédit sur tout un système. Dans le cas des journalistes, il suffit donc parfois de quelques erreurs pour qu'une partie de l'audience remette en doute leur légitimité (Quéré, 2005). Dans ce contexte, même les médias considérés comme des sources d'information de référence finissent par perdre des points aux yeux du public. Un exemple

frappant de ce phénomène a récemment été observé en Angleterre, après que la très respectée BBC ait fait l'objet de vives critiques pour ses reportages sur une série de questions controversées (comme le Brexit, l'immigration, la race et l'attitude à l'égard de la vaccination durant la pandémie). Dans de nombreux cas, ces critiques ont été amplifiées sur les réseaux sociaux, contribuant peut-être à faire chuter la confiance envers le réseau public de 20 points de pourcentage au cours des cinq dernières années. Parallèlement, la proportion des Anglais qui disent se méfier de la BBC, est passée de 11 % à 26 % (Newman et al., 2022).

Ici, il n'est pas question de laisser supposer que la défiance envers les médias est un phénomène nouveau, et encore moins qu'il relève de la responsabilité exclusive des réseaux sociaux, car dans la réalité, ce sentiment leur est bien antérieur (Muhlmann, 2004 ; Lemieux, 2000). Sur ce sujet, beaucoup d'auteurs font d'ailleurs remarquer qu'une saine méfiance envers les représentations véhiculées dans les médias est le signe d'un esprit critique sain (Boullier, 2020 ; Jehel, Saemmer, 2020), en plus d'être nécessaire à une démocratie en santé. Par ailleurs, il est important de préciser que les recherches qui constatent une diminution de la confiance envers les autorités informationnelles peuvent être nuancées par des études qui suggèrent une relation plus granulaire aux médias. Si les baromètres de la confiance comme celui proposé par Edelman soulèvent de régulières baisses de « *confiance* » envers les médias traditionnels, les enquêtes plus approfondies laissent apparaître que ces derniers demeurent les sources privilégiées d'informations considérées comme fiables. En fait, une analyse plus poussée des critiques permet bien souvent de constater que celles-ci portent davantage sur certaines interprétations des faits ou sur des caractéristiques particulières des contenus que sur la capacité des journalistes d'informer. En outre, les attitudes condescendantes ou péremptoires de certains rédacteurs sont souvent plus critiquées que leurs productions journalistiques (Altay et al., 2022; Boyadjian, 2022; Berriche, 2021; Coutant & Rueff, 2023; Staii, 2022;)¹ . Ce constat est d'ailleurs renforcé par la stable présence des médias traditionnels dans les pratiques informationnelles quotidiennes des Québécois, comme régulièrement révélé par NetTendances ou les enquêtes du Centre d'Étude des Médias.

Spécifiquement au Québec, le niveau de confiance envers les autorités journalistiques peut d'ailleurs être qualifié de relativement élevé, surtout si on le compare à d'autres pays comme les États-Unis ou la France. En gros, les études récentes démontrent que **moins du tiers des citoyens** affichent une **réelle méfiance envers les médias** traditionnels, alors que plus des **deux tiers** leur font encore **raisonnablement confiance**. C'est entre autres ce que nous apprend le Baromètre de confiance Edelman (2022) qui indique que 62% des Québécois se tournent encore vers les médias traditionnels pour s'informer, même si 42% se disent méfiants envers certains d'entre eux. Cette donnée est par ailleurs semblable aux résultats obtenus lors de la dernière enquête de NETendances, qui stipule que 67% des Québécois font confiance aux actualités diffusées sur les médias traditionnels, alors que seulement 25% disent leur faire « peu » ou « pas du tout » confiance (Bourger et al., 2022). Les conclusions de ces recherches sont également renforcées par une récente étude de Carignan et Bernier (2023), qui précise qu'environ deux québécois sur trois estiment que les événements présents dans l'actualité se passent

¹ Voir aussi les récents résultats de la grande enquête menée dans le cadre de l'ANR Vije en France : <https://www.youtube.com/live/75HAQPgzNN8?feature=share>

« vraiment » ou « à peu près » comme les médias le racontent. Sur le même sujet, une contribution de Langlois, Proulx & Sauvageau (2020) sur "*La confiance envers les médias d'information et les médias sociaux au Québec*" fournit des données encore plus encourageantes, bien qu'un peu plus datées. À l'époque, une majorité de répondants (84%) avaient en effet affirmé faire « très » ou « assez » confiance aux producteurs d'informations, alors que seulement 17 % se disaient « peu confiant » ou « pas confiant du tout ». Dans la même étude, les journalistes ne recevaient cependant que 73% de taux d'approbation.

Lorsqu'on examine d'un peu plus près les données, on constate néanmoins que les publics émettent quand même plusieurs doutes sur le travail des médias d'actualité. Par exemple, selon l'étude de Carignan et Bernier (2023), seulement 32 % des gens croient que les professionnels de l'information sont indépendants face aux pressions économiques et environ le même pourcentage déclare qu'ils sont avant tout au service de leur entreprise ou de leurs propres intérêts. Dans le même ordre d'idée, plus de 70 % des citoyens semblent croire que les journalistes laissent leurs préférences politiques influencer la façon dont ils rapportent les nouvelles, du moins dans certaines circonstances. En outre le Baromètre Edelman (2022) indique que 41% des Québécois considèrent les médias comme une force qui divise la société. Sur un sujet similaire, l'enquête de Carignan et Bernier (2023) révèle pour sa part que 45 % des membres de la société estiment qu'il arrive « souvent » ou « parfois » aux journalistes de contribuer à créer et à diffuser de fausses nouvelles. Ce type de doute ne semble cependant pas décourager les deux tiers des citoyens de consulter les médias traditionnels pour demeurer informés de l'actualité.

Sur le même sujet, il faut aussi savoir que les données varient en fonction de l'âge. Si on en croit l'enquête réalisée par Langlois, Proulx & Sauvageau (2020), le nombre de répondants disant faire « assez » confiance aux médias d'actualité est beaucoup plus faible chez les 18-34 ans, une réalité qui a de quoi inquiéter si on s'intéresse à l'avenir de la relation entre la presse et les publics. D'autant plus que la méfiance des plus jeunes ne vise pas uniquement les médias, mais les journalistes eux-mêmes. À ce propos, 35% des 18-34 ont effectivement déclaré n'avoir aucune confiance envers les professionnels de l'information (comparativement à seulement 20% chez les plus âgés). Par ailleurs, ces données sont loin d'être uniques au Québec. En fait, l'institut Reuter a pu observer la même tendance partout dans le monde. Selon cet organisme, les natifs du numérique sont beaucoup plus méfiants envers les producteurs d'actualité que les générations précédentes, avec seulement un tiers des 18-24 et des 25-34 qui déclarent faire confiance à la plupart des informations la plupart du temps. Parallèlement, ces mêmes générations déclarent aussi éviter les nouvelles parce qu'ils les perçoivent comme biaisées ou indignes de confiance. Ici, il semble néanmoins important de spécifier que la perception des jeunes face aux médias peut s'expliquer par différents facteurs, dont notamment la manière dont ils sont eux-mêmes représentés dans les journaux et les bulletins télévisés. À ce propos, plusieurs recherches ont en effet démontré que les médias ont tendance à caricaturer certaines populations (dont les jeunes) et qu'ils ne parlent pas à tout le monde (ni au nom de tout le monde), ce qui pourrait aussi expliquer plusieurs des écarts que l'on note dans la confiance (Cardon & Granjon 2013 ; Brun, 2020 ; Rieffel, 2022). Enfin, rappelons que les sondages ne permettent pas de saisir les trajectoires de vie, c'est-à-dire les rapports différenciés qu'un individu a à certaines pratiques au long

de sa vie (Jouët, Rieffel, 2013). Ainsi, la défiance affirmée à une période ne sera pas nécessairement ressentie tout au long de la vie de la personne.

Au terme de cette analyse sur la confiance des publics, la question qui demeure est évidemment la suivante : **quel niveau de méfiance doit être considéré comme dangereux** pour une démocratie ? Ou, pour le dire plus élégamment, jusqu'à quel point la situation peut-elle dégénérer avant de se retrouver dans une position où, selon les mots de Tocqueville, le peuple « *fatigué de ses représentants et de lui-même* » pourrait vouloir choisir de « *retourner s'étendre au pied d'un seul maître* »² ? À la lecture des écrits sur le sujet, il ne fait aucun doute que c'est là l'inquiétude sous-jacente aux questions sur l'autorité des médias. Or, cette variable est encore inconnue. Si un certain degré de défiance envers les journalistes peut être considéré comme normal et sain, quel pourcentage doit être considéré comme élevé et inquiétant ? La forme de cette défiance a-t-elle une importance ? Si un certain niveau de confusion et de désengagement est à attendre dans un environnement qui se complexifie, à quel moment devient-il dysfonctionnel ? Au Québec, la proportion des citoyens qui disent ne pas faire confiance aux autorités informationnelles semble se situer entre 17% et 33 % selon les études. Jusqu'à présent, ce chiffre ne semble pas encore considéré centralement problématique pour notre système démocratique. Pourrait-il le devenir ? À l'évidence, la réflexion sur le sujet est encore loin d'être terminée. En fait, elle bénéficierait sans doute même d'être élargie. Notons à ce sujet que les recherches mobilisées dans cette revue de littérature soulèvent des problèmes relevant autant des médias et des pratiques journalistiques, que des stratégies de communication de divers acteurs et du fonctionnement imparfait des institutions, ce qui indique que l'attention exclusive aux attitudes des individus ne permet peut-être pas de bien saisir la complexité du phénomène (Coutant, Rueff, 2023).

CONCLUSION

Ce chapitre avait pour objectif de faire un survol des connaissances existantes sur les **moyens de s'informer et les sources d'information**. Avant d'aborder le cœur du sujet, nous avons traité brièvement de **l'accès aux technologies**, qui représente aujourd'hui un aspect central du rapport à l'information. D'un point de vue strictement matériel, il n'existe cependant pas ici d'enjeu majeur, la très grande majorité des Canadiens possédant maintenant un ordinateur et une connexion Internet suffisamment puissante pour s'en servir. L'objet de préoccupation entourant l'aspect technique concerne plus précisément les **aptitudes sociocognitives** nécessaires pour consommer et saisir les informations en format numérique, des compétences qui varient grandement selon les catégories sociales, ce qui ne peut manquer d'influencer les pratiques informationnelles.

Outre la question de l'accès aux technologies, le sujet central de cette revue de littérature portait sur **l'expansion de l'offre de contenu informationnel**, une situation qui a causé aux médias traditionnels une série de problèmes qu'ils peinent encore à résoudre. Plus précisément, la multiplication des sources d'information a favorisé l'apparition sur le marché d'une nouvelle catégorie de joueurs qui oppose aux compagnies de ce secteur

² TOCQUEVILLE Alexis de (1961[1840]) « De la démocratie en Amérique, tome 2 », Éditeur : Gallimard, Collection : Folio Histoire

une concurrence importante. Il s'agit des agrégateurs de contenu, aussi appelés les « infomédiaires ». Dans le contexte de la multiplication de l'offre, ils se sont emparés des audiences en leur offrant un service qui consiste à rassembler sur une même plateforme, les informations de provenance diverses (Demers, 2007, p.35). Ce faisant, ils ont tendance à **brouiller le rapport aux sources d'informations**, ce qui force les utilisateurs à évaluer eux-mêmes la qualité de chaque contenu. Or, selon Alexandre Serres (2012) si « *l'évaluation de la crédibilité d'un auteur, d'un texte ou d'une information n'était déjà pas une tâche facile dans le monde de l'imprimé, elle devient beaucoup plus compliquée dans le monde du numérique* » (p.20). Rappelons à ce propos que pour un utilisateur qui fait défiler des nouvelles sur une plateforme, toutes les dépêches semblent généralement équivalentes et il peut être très difficile d'identifier les acteurs qui ont participé à leur production. Dans un tel contexte, il revient à l'individu de faire la distinction entre ce qui est crédible et ce qui ne l'est pas, une compétence qui, du reste, n'est pas distribuée également dans la population. Ce problème est en outre amplifié par l'effet de **surcharge informationnelle** qui rend le tri et le recul analytique cognitivement très onéreux, voire même impossibles, ce qui finit par enlever sa valeur aux renseignements disponibles (Moucharafieh, 1996). À tout ceci, il faut bien entendu ajouter le problème de la **désinformation**, **mésinformation** et **malinformation** qui circule sur le web sous différentes formes (propagande, rumeur, théorie de complot, satire, publicité, etc.), rendant la tâche d'évaluer les contenus à la fois plus importante et plus ardue. Toute cette confusion est finalement amplifiée par **la crise de confiance envers les journalistes**, qui constitue le dernier facteur à considérer pour mieux comprendre les choix des publics en termes de moyens de s'informer et de sources d'information.

Si on se replace dans le contexte plus large du projet de recherche sur les pratiques informationnelles des Québécois, les connaissances acquises dans cette revue de littérature serviront à orienter les réflexions sur les profils de publics qui seront esquissés au cours de l'enquête. Après la motivation à s'informer, la seconde variable qui sera prise en compte dans la recherche sera les **moyens de s'informer** et les **sources d'information** consultées. À ce stade de notre enquête, nous interrogerons nos répondants sur les technologies qu'ils utilisent et tenterons d'évaluer leurs niveaux de compétences quant à l'appropriation des contenus en format numérique. Grâce à des témoins que nous placerons sur leurs dispositifs, nous serons en mesure de compléter ces informations par l'étude en situation réelle de leurs usages des médias. Par la suite, nous mobiliserons la technique de l'entrevue sur traces pour clarifier certains aspects de leur pratique. Toutes ces données devraient ainsi nous aider à mieux comprendre l'évolution de la relation de confiance entre les producteurs d'information et leurs publics dans le contexte de la reconfiguration des usages de l'information.

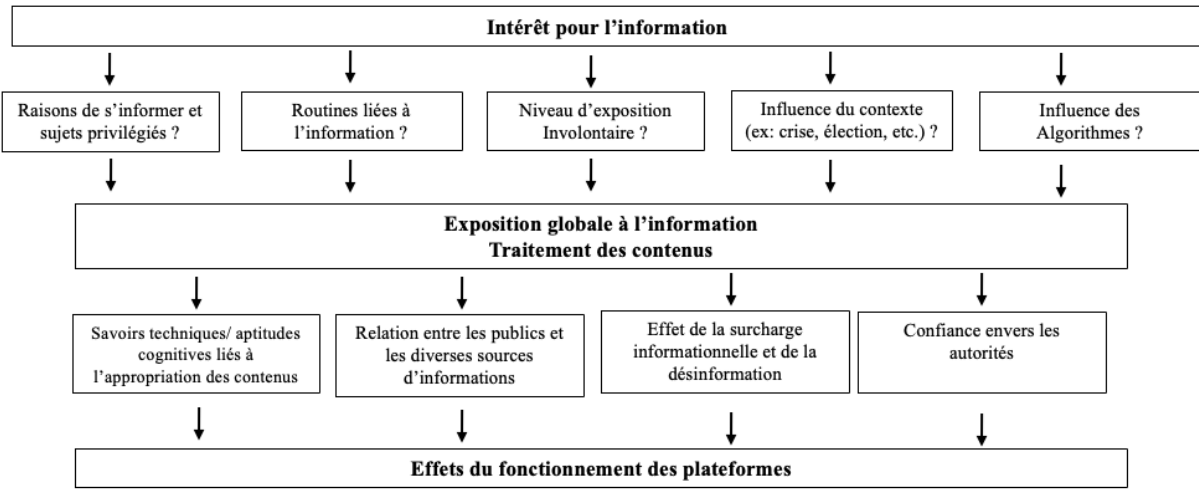


Figure 2 Éléments qui seront examinés dans la recherche sur les publics de l'information

Comme mentionné précédemment (et suggéré dans le Tableau 1), la dimension considérée par la suite sera celle du **fonctionnement des plateformes**. Dans le troisième volet de notre revue de littérature, nous nous pencherons plus en profondeur sur les modèles d'affaires des entreprises technologiques et les méthodes qu'ils emploient pour engager leurs consommateurs (amplification de contenus, ciblage, personnalisation, etc.), toujours dans l'optique d'évaluer les conséquences sur le rapport à l'information. Suite à cette analyse, nous aurons vraisemblablement suffisamment de connaissances pour aborder la question la plus ardue de cette publication, soit celle du traitement de l'information.

Références

- ALTAY, Sacha *et al.*, « Quantifying the “infodemic”: People turned to trustworthy news outlets during the 2020 coronavirus pandemic. », *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, vol. 1, n° 29, 2022.
- ARMATTE, Michel, « La notion de modèle dans les sciences sociales: anciennes et nouvelles significations », *Mathématiques et sciences humaines*, vol. 172, 2005, pp. 91-123.
- BAGAOUI, Rachid, « La systémique, penser et agir dans la complexité, de Gérard Donnadiou et Michel Karsky (2002), Éditions Liaisons, Paris. », *Nouvelles perspectives en sciences sociales*, vol. 1, n° 2, 2006, pp. 219-224.
- BEILLOUIN, Flora, *Petit manuel critique d'éducation aux médias: pour une déconstruction de nos représentations médiatiques*, Édition du Commun, 2021, 174 pages.
- BENGHOZI, Pierre-jean, « Le deuxième choc de l'économie de la culture », *Esprit*, vol. 7, 2011, pp. 111-125.
- BERRICHE, Manon, « En quête de sources Preuves et mises à l'épreuve des internautes dans la controverse vaccinale sur Facebook », *Politiques de communication*, vol. 1, n° 16, 2021, pp. 115-154.
- BOISVERT, Yves, « Crise de confiance et crise de légitimité : de l'éthique gouvernementale à l'éthique publique », *Éthique publique [En ligne]*, vol. 4, n° 1, 2002.
- BOULLIER, Dominique, *Comment sortir de l'emprise des réseaux sociaux*, LEPASSEUR, 2020, 301 pages.
- BOURGET, Claire *et al.*, *Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados*, Académie de la transformation numérique de l'Université Laval, 2022, 23 pages.
- BOURREAU, Marc *et al.*, « Une analyse économique du phénomène de la longue traîne dans les industries culturelles », *Revue française d'économie*, vol. XXX, n° 2, 216 179apr. J.-C., pp. 2015.
- BOWMAN, Shayne et Chris WILLIS, *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*, The media center at the american press institute, 2003.
- BOYADJIAN, Julien, *Jeunesses connectées: Les digital natives au prisme des inégalités socio-culturelles*, PU SEPTENTRION, 2022, 254 pages.
- BRUN, Josette, *De l'exclusion à la solidarité: Regards intersectionnels sur les médias*, Remue-ménage, 2020, 312 pages.
- BULLE, Emmanuelle, « Les modèles formels et l'explication en sciences sociales », *L'Année sociologique*, vol. 55, n° 1, 2005, pp. 19-34.
- CARDON, Dominique et Fabien GRANJON, *Médiactivistes*, Presses de Sciences Po, coll. « contester », 2013, 200 pages.
- CARIGNAN, Marie-Ève et Marc-François BERNIER, *Rapport de recherche du sondage sur la crédibilité, la confiance et l'imputabilité des médias d'information et des journalistes du Québec*, Recherche collaborative entre l'Université d'Ottawa et l'Université de Sherbrooke, 2023, 59 pages.
- CEFRIO, *Portrait numérique des foyers québécois*, 2019, 20 pages.
- CETINA PRESUEL, Rodrigo et José Manuel MARTINEZ SIERRA, « Algorithms and the News: Social Media Platforms as News Publishers and Distributors », *Revista de Comunicacion*, vol. 18, n° 2, 2019, pp. 261-285.
- CHARPIER, Frédéric, *L'obsession du complot*, François Bourin Editeur, 2005.
- CHAUDIRON, Stéphane et Madjid IHADJADENE, « De la recherche de l'information aux pratiques informationnelles », *Études de communication. langages, information, médiations*, vol. 35, 2010, pp. 13-30.

- CHOMSKY, Noam et Edward HERMAN, *La fabrication du consentement : de la propagande médiatique en démocratie*, Agone, Nouvelle édition revue & actualisée, 2008, 669 pages.
- CITTON, Yves, *L'économie de l'attention Nouvel horizon du capitalisme ?*, La Découverte, coll. « Science Humaines », 2014, 328 pages.
- COAVOUX, Samuel, « Introduction au dossier. « Des classes sociales 2.0 ? », *RESET - Recherches en sciences sociales sur Internet [En ligne]*, vol. 1, n° 1, 2012, pp. 1-16.
- COLON, David. *Propagande: la manipulation de masse dans le monde contemporain*. Belin, 2019, 430 pages.
- COUTANT, Alexandre « L'établissement de la confiance dans les médias sociaux ». Dans *Actes du colloque IMPEC 2014*, 2014, pp. 281-292.
https://impec.sciencesconf.org/conference/impec/pages/Impec2014_Coutant.pdf
- COUTANT, Alexandre et Julien RUEFF, « Tout défiant envers les médias est-il un complotiste ? », *Politique et sociétés*, vol. 41, n° 1, 2023.
- DAUPHIN, Florian, « Les Fake News au prisme des théories sur les rumeurs et la propagande », *Études de communication*, vol. 2, n° 53, 2019, pp. 15-32.
- DEMERS, François, « Déstructurations et restructuration du journalisme », *tic&Société*, vol. 1, n° 1, 2007, pp. 28-55.
- DEVILLARD, Valérie *et al.*, « La consommation de l'information entre engagement professionnel et implication civique », dans Josiane JOUËT et Rémy RIEFFEL (dir.), *S'informer à l'ère numérique*, PU Rennes, 2013, coll. « Res Publica », pp. 85-116.
- DIAKOPOULOS, Nicolas, « Accountability in algorithmic decision making », *Communications of the ACM*, vol. 59, n° 2, 2016, pp. 56-62.
- DONNADIEU, Gérard et Michel KARSKY, *La systémique, penser et agir dans la complexité*, Liaisons, 2002, 272 pages.
- ELLUL, Jacques, *Propagandes*, Economica, coll. « Classiques des sciences sociales », 1990, 364 pages.
- FARCHY, Joëlle, et Steven TALLEC. « De l'information aux industries culturelles, l'hypothèse chahutée de la bulle de filtre », *Questions de communication*, vol. 43, no. 1, 2023, pp. 241-268.
- FLEDER, Daniel et Kartik HOSANAGAR, « Blockbuster culture's next rise or fall: The impact of recommender systems on sales diversity », *Management science*, vol. 55, n° 5, 2009.
- FOURQUET-COURBET, Marie-Pierre, « Influence attendue et influence effective de la publicité sur l'internet. Des représentations sociales des producteurs aux modèles scientifiques », *Questions de communication*, vol. 5, 2004, pp. 31-53.
- FRAU-MEIGS, Divina, « L'objectivité prise à ses propres pièges », dans *Qui a détourné le 11 septembre ?*, 2005, pp. 65-81.
- FROISSART, Pascal, « L'invention de la lutte contre les rumeurs », *Le temps des médias*, vol. 1, n° 38, 2022, pp. 223 à 240.
- GENDRON, Sylvie et Lauralie RICHARD, « La modélisation systémique en analyse qualitative : un potentiel de pensée innovante », *Recherches Qualitatives*, n° 17, 2015, pp. 78-97.
- GEORGE, Éric *et al.*, « Internet et pluralisme de l'information : un point de vue du Québec », dans *Pluralisme de l'information et media diversity*, De Boeck Supérieur, 2013, coll. « Culture & Communication », pp. 211-130.
- GOYETTE-CÔTÉ, Marc-Olivier, « Le retraitement automatique de l'information d'actualité en ligne : analyse des mécanismes socio-techniques mis en place par les infomédiaires », *Communication*, vol. 29, n° 2, 2012.

- GRANJON, Fabien, *Classes populaires et usages de l'informatique connectée: Des inégalités sociales-numériques*, Presses des Mines, 2022, 360 pages.
- GRANJON, Fabien, *Reconnaissance et usages d'Internet: Une sociologie critique des pratiques de l'informatique connectée*, Presses des Mines, coll. « Collection Sciences Sociales », 2012, 216 pages.
- GRANJON, Fabien, « Inégalités numériques et reconnaissance sociale Des usages populaires de l'informatique connectée », *Les Cahiers du numérique*, vol. 1, 2009, pp. 19-44.
- GRANJON, Fabien, « Les sociologies de la fracture numérique. Jalons critiques pour une revue de la littérature », *Questions de communication*, vol. 2, n° 6, 2004, pp. 217-232.
- GREFFET, Fabienne et Stéphanie WOJCIK, « La citoyenneté numérique », *Réseaux*, vol. 2, n° 184-185, 2014, pp. 125-159.
- GROSBOIS DE, Philippe, *Les Batailles d'Internet : assauts et résistances à l'ère du capitalisme numérique*, Écosociété, 2018, 264 pages.
- HARGITTAI, « L'impact de la communication pour comprendre le document », *First Monday*, 2002.
- INSPQ, *Inégalités d'accès et d'usage des technologies numériques : un déterminant préoccupant pour la santé de la population?*, 2021.
- JAMMET, Thomas et Diletta GUIDI, « Observer Les Observateurs Du pluralisme médiatique au populisme anti-islam, analyse d'un site de « réinformation » suisse et de ses connexions », *Réseaux*, vol. 2, n° 3, 2017, pp. 241-271.
- JEHEL, Sophie et Alexandra SAEMMER, *Éducation critique aux médias et à l'information en contexte numérique*, Presses de l'enssib, coll. « Papiers », 2020, 320 pages.
- JOUËT, Josiane et Rémy RIEFFEL, *S'informer à l'ère numérique*, PU Rennes, coll. « Res Publica », 2013, 200 pages.
- JULO, Jean, *Représentation des problèmes et réussite en mathématiques. Un apport de la psychologie cognitive à l'enseignement*, Presses universitaires de Rennes, 1995.
- KLONICK, « The New Governors: The People, Rules, and Processes Governing Online Speech », *Harvard Law Review*, vol. 131, n° 6, 2018, pp. 1599-1670.
- LANGLOIS, Simon *et al.*, *La confiance envers les médias d'information et les médias sociaux au Québec*, Centre d'étude sur les médias (CEM), 2020, 98 pages.
- LE SAULNIER, Guillaume, « La lecture de presse en ligne. L'appropriation des contenus d'actualité au défi de la technique », dans Josiane JOUËT et Rémy RIEFFEL (dir.), *S'informer à l'ère numérique*, PU Rennes, 2013, coll. « Res Publica », pp.57-84.
- LEMIEUX, Cyril, « Deux siècles et demi de critiques et de justifications », *Mauvaise presse*, 2000, pp. 23-69.
- LYNCH, Michael P., « Les fake news et l'avenir de la vérité », *Diogenes*, vol. 1, n° 261-262, 2018, pp. 5-9.
- LYTHREATIS, Sophie *et al.*, « The digital divide: A review and future research agenda », *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 175, 2022.
- MONOD, Jean-Claude, « Vérité de fait et opinion politique », *Esprit*, n° 10, 2017, pp. 143-153.
- MOUCHARAFIEH, Claire, *Ebauche pour la construction d'un art de la paix : penser la paix comme stratégie*, ECLM, 1996, 385 pages.
- MUHLMANN, Géraldine, *Du journalisme en démocratie: essai.*, Payot, 2004, 350 pages.

NEWMAN, Nic *et al.*, *Reuters Institute Digital News Report 2021*, University of Oxford, Reuters Institute Study of Journalism, 2022.

QUÉRÉ, Louis, « Confiance et vérité », Université du Québec à Montréal, 2018.

QUÉRÉ, Louis, « Les « dispositifs de confiance » dans l'espace public », *Réseaux*, vol. 4, n° 132, 2005.

QUÉRÉ, Louis, « Faut-il abandonner l'étude de la réception ? Point de vue », *Réseaux*, n° 79, 1996, pp. 31-37.

QUÉRÉ, Louis, « L'oubli de la communication dans la science des communications », *Réseaux*, vol. 8, 1984, pp. 53-76.

REBILLARD, Franck, « La rumeur du PizzaGate durant la présidentielle de 2016 aux États-Unis. », *Réseaux*, n° 202-203, 2017, pp. 273-310.

REBILLARD, Franck et Nikos SMYRNAIOS, « Quelle « plateformes » de l'information ? Collusion socioéconomique et dilution éditoriale entre les entreprises médiatiques et les infomédiaires de l'Internet. », *tic&Société*, vol. 13, n° 1, 2019, pp. 247-293.

REBILLARD, Franck et Nikos SMYRNAIOS, « Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information d'actualité en ligne. Les cas de Google, Wikio et Paperblog », *Réseaux*, n° 160-161, 2010, pp. 163-194.

RIEFFEL, Rémy, *L'emprise médiatique sur le débat d'idées*, Presses Universitaires de France., 2022

RIEFFEL, Rémy, *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, Folio, coll. « Folio actuel », 2014, 352 pages.

RIGONI, Isabelle *et al.*, « Médias, engagements, mouvements sociaux », *Sciences de la société*, vol. 94, pp. 3-12.

SAUVAJOL-RIALLAND, Caroline, « Infobésité, gros risques et vrais remèdes », *L'Expansion Management Review*, vol. 1, n° 152, 2014, pp. 110-118.

SERRES, Alexandre, *Dans le labyrinthe : évaluer l'information sur internet*, C&F Editions, 2012, 224 pages.

SERRES, Alexandre, « Évaluation de l'information sur Internet », *Bulletin des bibliothèques de France (BFF)*, n°6, 2005, pp. 38-44.

SIRKKUNEN, Esa et Clare COOK, *Chasing Sustainability on the Net : International Research on 69 Journalistic Pure Players and Their Business Models.*, University of Tampere, 2012, 2012, 133 pages.

SMYRNAIOS, Nikos, *Les Gafam Contre l'Internet: Une Économie Politique du Numérique*, coll. « INA », 2017, 136 pages.

STAIL, Adrian, « S'informer au temps du coronavirus. Une enquête auprès des étudiants », *Quaderni*, vol. 106, n° 2, 2022, pp. 81-100.

STEPHAN, Gaël et Ysé VAUCHEZ, « Dévoiler les « bobards » des médias dominants Les stratégies de (dé)légitimation de la réinformation », *RESET*, 2021.

TANDOC JR, Edson C *et al.*, « Defining "Fake News" A typology of scholarly definitions », *Digital Journalism*, vol. 6, n° 2, 2018, pp. 137-153.

TARGNION, Pierre, *Les algorithmes des sites d'infodivertissement destinés aux jeunes. De la récolte de data au choix éditorial. Un triomphe de l'économie de l'attention à l'ère digitale : le cas Melty.*, Université de Liège, 2019, 123 pages.

THORSON, Emily, « Changing Patterns of News Consumption and Participation. », *Information, Communication and Society*, vol. 11, n° 4, 2008, pp. 473-489.

TRICOT, André *et al.*, *Le document : communication et mémoire*, De Boeck Supérieur, coll. « Information & stratégie », 160 pages.

VAUCHEZ, Ysé, « La crédulité des crédules. Débat public et panique morale autour des fake news en France », *Emulations - Revue de sciences sociales*, vol. 41, 2022, pp. 71-101.

VINER, Katharine, « How technology disrupted the Truth », *The Guardian*, 2016.

VINHAS, Otávio et Marco BASTOS, « Fact-Checking Misinformation: Eight Notes on Consensus Reality. », *Journalism Studies*, vol. 23, n° 4, 2022, pp. 448-468

VITALI-ROSATI, Marcello, « A Conclusion as an Introduction et The crisis of authority. », dans *On Editorialization: Structuring Space and Authority in the Digital Age*, Institute of Network Cultures, 2018, pp. 6-32

WARDLE, Claire, *Comprendre le désordre informationnel*, First Draft, 2020, 70 pages.

YOUSSEF, Adel Ben, « Les quatre dimensions de la fracture numérique », *Réseaux*, vol. 5-6, n° 127-129, 2004, pp. 181-209.