



Flashes d'info, photos, reportages, podcasts, tweets, stories sur les médias sociaux... Jamais il n'y a eu autant de formats d'information et de canaux de diffusion à disposition. Pourtant, le sentiment de se sentir mal informé-es perdure.

INFORMATIONS PARTOUT... INFORMATION NULLE PART ?

Trop d'infos !

Chaque jour, nous recevons une quantité presque illimitée d'informations. Cette surcharge informationnelle, appelée aussi « infobésie », est imputée aux chaines d'information en continu, à Internet (les internautes consacrent un temps moyen estimé de 7 heures sur Internet chaque jour*) mais aussi à l'espace social à travers les panneaux publicitaires, vitrines...

Le problème n'est plus de trouver l'information mais de la sélectionner, ce qui prend du temps et de l'énergie alors même que le « bruit informationnel » entraîne une dispersion de l'attention.

Le succès des plateformes

Les médias sociaux sont le premier moyen d'information des 15-34 ans. L'information sur les plateformes est horizontale (produite par des pair-es et non plus exclusivement par des journalistes), de format court, fragmentée (les utilisatrices peuvent personnaliser les informations qu'elles reçoivent), parfois participative et peu modérée.



Kesako l'info ?

Quand on cherche le fait ou « s'informe », on se réfère souvent aux informations médiatiques, qui se caractérisent par le fait d'appartenir quelque chose de nouveau, d'avoir un intérêt pour le public et d'être vérifiables. Mais, plus largement, il s'agit d'une nouvelle ou d'un renseignement porté à la connaissance d'une personne. Autrement dit, les informations sont partout et leurs flux sont continus.

Une info partagée entre « ami-es », affinitaire, clivante...

Sur les médias sociaux, via les communautés d'appartenance que les internautes choisissent en fonction de leurs goûts et de leurs opinions, ils reçoivent des informations confirmant leurs idées ou représentations du monde (« biais de confirmation »).

D'un autre côté, les médias sociaux cherchent à maintenir l'attention des utilisateur-rices par de la polémique, avec des propos binaires ou clivants, ce qui les confronte à des contenus qui ne viennent pas de leurs groupes. Pour autant, cette exposition à des opinions différentes, caractérisées par l'insulte et la non-écoute, apporte rarement des débats ou des analyses susceptibles de renforcer la capacité critique de chacun.e.

... et peu vérifiée !

Les internautes partagent souvent des contenus sans les avoir vérifiés, sans en connaître la source, et parfois même sans les lire, facilitant la propagation de rumeurs, infox, informations tronquées ou décontextualisées. Cette méconnaissance de l'origine de contenus découverts au hasard de la navigation sur le Web contribue à l'impression de confusion, d'incertitude, voire de désinformation.

UNE AFFAIRE DE (GROS) SOUS



Le marché de la donnée

Nombre de médias numériques se sont transformés en entreprises de capture de données. Leur modèle économique repose sur l'exploitation commerciale des données personnelles des internautes qu'ils utilisent pour les revenus généralement à des annonceurs. Pour parvenir à leurs fins, ils mettent l'intérêt des contenus produits au second plan, l'essentiel étant de pouvoir récupérer au maximum de données personnelles.

Une information au service de la société de consommation

La plupart des médias sont vampirisés par la publicité qui représente une source très importante de leurs revenus. Cette dépendance aux annonceurs joue sur les choix éditoriaux : l'information ne doit pas déplaire aux groupes de communication ou de publicité. Cette dépendance est tellement forte qu'elle en entraîne une autre : en 2022, les grands groupes de presse français ont signé des accords avec Google afin d'être rétribués pour les articles indexés par le moteur de recherche (ce qu'on appelle les « droits voisins de la presse »). Une façon de partager le gâteau publicitaire, mais également de laisser plus de pouvoir aux algorithmes des GAFAM* dans la mise en valeur des informations.

La bataille de l'attention*

L'excès d'informations fait perdre de la valeur à l'information : désormais les biens les plus rares sont l'attention et la réception des usager·ères. Les éditeur·rices de contenus savent qu'ils n'ont que quelques secondes pour séduire et maintenir une dépendance à l'égard de leur plateforme. Cette bataille pour l'attention se mène au moyen de stratégies comme les articles « pièges à clics », aux titres et visuels sensationnalistes, racoleurs, provocateurs ou mensongers pour inciter les gens à cliquer sur le lien associé, afin de revendre ensuite le nombre de visites sur les sites aux annonceurs.

L'information, une marchandise comme les autres ? De gros enjeux économiques entourent la production et la diffusion de l'information : concentration des médias, marché de l'attention, marchandisation des données... Ces processus en cours ont des répercussions sur la qualité des contenus.

Concentration des médias

Partout dans le monde, de riches investisseurs privés ou groupes industriels font main basse sur les médias et procèdent à leur concentration. Ce phénomène nuit au pluralisme et fait craindre des menaces sur la liberté d'informer.

- * En 2022, en France, 5 milliardaires se partagent 81,3% de la diffusion totale des six quotidiens nationaux, possèdent 8 chaînes d'info généralistes (sur 13) et 4 radios nationales d'info généralistes (sur 8).
- * Au Brésil, 5 groupes ou individus possèdent plus de la moitié des 50 médias, le groupe Globo en détient 9 à lui tout seul.
- * Le multi-milliardaire Rupert Murdoch possède plus d'une centaine de médias à travers le monde.



» En biaisant le choix des sujets, en jouant sur l'attractivité des titres, en sacrifiant éthique et honnêteté de l'information, ces choix économiques renforcent la défiance des citoyen·nes vis-à-vis de l'information.

UN DÉFICIT DE CONFIANCE DANS LES MÉDIAS

Aujourd’hui, les journalistes n’ont pas toujours bonne presse. On leur reproche leur déconnexion du terrain, leur entre-soi, leur incapacité à transformer leur métier, leur suivismes, leur goût pour le sensationnel ou encore leur manque de déontologie*. Sont-ils les seul·es responsables ?



Des hommes et femmes d'affaires achètent des médias pour investir mais aussi pour maîtriser leur communication et leur image ou pour faire de la politique, en invitant régulièrement leurs candidat-es préférés dans leurs médias et en y diffusant leurs idées. Les journalistes n'ont qu'à bien se tenir... Si les cas de censure directe sont rares (grâce à l'indépendance des sociétés de journalistes*) la tentation de l'auto-censure pour ne pas froisser l'actionnaire est une conséquence courante.



DES JOURNALISTES TONT DE LA RÉSISTANCE

Face à l'ingérence du monde des affaires et du pouvoir politique dans les médias, des journalistes organisent la résistance.

Informer n'est pas un délit: depuis 2015, ce collectif défend la liberté d' informer comme des lois liberticides. informerneapasundelit.org

La Maison des Lanceurs d'Alerte : depuis 2019, elle se mobilise pour défendre les droits des lanceurs d'alerte. lalente.org

uence Un constat sans appel

La confiance des citoyennes envers les médias faiblit (étude penso)

- 54% des Français estiment que les médias ne fournissent pas des informations fiables et vérifiables.
 - Seul 49% font confiance aux informations diffusées à la radio ou dans les journaux, 44% pour la télévision et 34% accordent une crédibilité à l'information qui circule sur internet.

www.sagepub.com

Une information formatée pour «faire vendre»

Quand l'objectif est de rémunérer des actionnaires, la qualité, l'éthique et la diversité des informations ne sont plus garanties. Les médias tombent alors dans des travers défavorables :

Concurrence, immédiateté et mimétisme : les médias sont à la recherche de scoops, de sensationnel, et essaient d'être les premiers à diffuser « le sujet » qui sera repris par tou-te-s... Cette course à l'audience nuit à la vérification des informations, au recouvrement des sources et laisse filtrer des informations réductrices ou fausses, qui vont jouer sur les peurs et les idées reçues.

★ **Spectacle et mise en scène**: de plus en plus de journalistes mettent en scène les personnes qu'ils interviewent en fonction de leurs propres opinions ou de leurs lignes éditoriales. Cette information spectacle renforce les idées reçues, souvent loin de la réalité et des réelles préoccupations des gens.

★ **Baisse des coûts de fabrication de l'information**: les directions des médias diminuent le nombre d'enquêtes sur le terrain et leur préfèrent des formats brefs qui font le buzz ou la reprise de dépêches d'agences de presse. Elles embauchent moins de journalistes et proposent des statuts précaires. Conséquence : on trouve moins d'informations creusées et analysées pour comprendre le monde.



INTERNET : UN ESPACE DE LIBERTÉS... SOUS SURVEILLANCE !

Le numérique a théoriquement permis de choisir et construire sa propre information mais il a parallèlement noyé les internautes, renforçant leur lassitude face à l'information. Il a également mis en place des systèmes de surveillance portant atteinte aux libertés.

Un réel espace de découverte ?

En théorie, tout le monde peut publier sur la toile dans l'espace de rencontre des jades. Mais de nombreux sites producteurs, auteurs, artistes ne seront jamais découverts. Pourquoi ? Les algorithmes, en triant et sélectionnant les contenus susceptibles d'intéresser les internautes et en favorisant les auteurs payants, nuisent à l'internet ouvert. Ainsi, la première page de résultats de Google concerne 90% des clics des internautes, faisant tomber aux multitudes des milliers d'autres sites !



À l'origine : liberté, indépendance, partage

Internet a été conçu pour connecter tout le monde au même niveau, pour créer un réseau décentralisé. Chacun-e peut produire, diffuser, commenter, compléter, rectifier... des informations et communiquer avec une personne à l'autre bout du monde. Cet outil puissant a profité à des organisations ou communautés marginalisées ou ne disposant pas de moyens financiers pour communiquer. Mais aujourd'hui, la libre circulation des connaissances et les libertés des citoyen-ne-s sur le Net sont menacées.

Les bons réflexes

- ★ Protéger son anonymat sur le Web, grâce par exemple au réseau Tor : torproject.org
- ★ Chercher des alternatives aux logiciels propriétaires du côté des logiciels libres : framalibre.org
- ★ Utiliser des applications libres de messagerie chiffrée comme Signal ou Silence.
- ★ Défendre la neutralité du Net*

AVEC LES GAFAM :
CONSOMMEZ MAINTENANT...

PAYEZ PLUS TARD !



ritimo



Surveillance, marchandisation, censure

Les comportements sur la toile sont surveillés en permanence car le modèle économique des géants du Web marchand repose sur la vente de nos données personnelles à des fins commerciales ou électoralistes.

Les États s'intéressent aussi de très près aux données : des mesures liberticides sont adoptées régulièrement sous prétexte de lutte contre le terrorisme. En France, les services de l'État sont désormais autorisés à aspirer les données personnelles de « personnes préalablement identifiées comme présentant une menace ». Une formulation qu'il serait facile d'interpréter pour surveiller ou intimider des opposant-es politiques, des activistes ou des lanceur-es d'alerte. Certains Etats ont même recours à des coupures partielles ou totales des connexions Internet. En 2021, 34 Etats dans le monde ont coupé l'accès à Internet à leurs citoyen-ne-s !

» Loin de l'utopie première, le fonctionnement et les technologies d'Internet sont aujourd'hui accusées de porter atteinte aux libertés, de filtrer et marchandiser les informations, de nuire à l'environnement et à la démocratie.

* Pour savoir si votre fournisseur d'accès Internet surveille vos activités sur le Web, rendez-vous sur [surveillanceinternet.fr](https://www.surveillanceinternet.fr).

INFORMATIONS, CONSPIRATIONS OU INFOX ?

En raison de la rapidité de la circulation et d'un nombre d'émetteur·rices toujours plus grand, la vérification des informations partagées devient plus complexe. Médias sociaux peu contrôlés, médias happés par la quête du buzz et algorithmes programmés pour la viralité viennent compléter ce panorama propice à la prolifération des fausses nouvelles. Petit détour lexical sur la désinformation.



Fake news, complotisme, rumeurs et parodie

★ **Les infox (fake news en anglais)** désignent des faits qui n'ont aucune véracité, des mensonges, des affirmations sans fondement : par exemple, annonce du décès d'une personnalité encore en vie ou informations fausses ou douteuses autour du Covid-19 (infodémie*). La diffusion d'infox sert souvent à attirer le plus de lecteur·rices possible afin de monétiser ces audiences mais elle a parfois aussi des buts idéologiques ou politiques.



Internet :
un nouvel espace
de propagation
des infox

★ **Les théories du complot ou conspirationnistes** sont une lecture du monde qui interprète des faits réels comme étant le résultat de l'action d'un groupe caché, au détriment de l'intérêt public. Elles ont toujours existé et ressurgissent au gré de l'actualité, notamment en période de crises. Elles répondent à nos craintes en donnant des explications simples à des situations complexes ou menaçantes. Exemples : les attentats du 11 septembre seraient l'œuvre des autorités étaatis-uniennes, le réchauffement climatique serait une pure invention...

Les infox et théories du complot existaient depuis toujours mais leur diffusion est amplifiée par les médias sociaux. Sur la plateforme TikTok, une vidéo d'actualité sur cinq contient des informations erronées*. Selon le Rapport Brunner*, les causes majeures de la désinformation sont à rechercher dans le rôle de la publicité cible, du marché de l'attention, de la logique des algorithmes... Pour lutter contre les infox, le rapport recommande, entre autres, de renforcer l'éducation aux médias et à l'information.

★ **Une rumeur** est une nouvelle qui se répand dans le public, dont l'origine est inconnue ou incertaine et la véracité douteuse.

★ **La parodie** consiste à diffuser des fausses informations dans le but de faire rire (Le Goraf, Nordpresse...). Il n'est pas toujours facile de distinguer les blagues de vraies informations, même pour les journalistes !

Que peut-on faire ?

- ★ Réfléchir avant de partager une info : faire quelques recherches pour recouper ou vérifier une information avant de la partager trop rapidement. Se rappeler qu'il n'est jamais trop tard pour rectifier une information erronée.
- ★ Utiliser les sites de vérification des faits : Hoaxbuster, les Décodeurs (Le Monde), Les Observateurs (France 24) ou encore CheckNews (Libération).
- ★ Vérifier la source de photos sur TinEye : <https://tineye.com/>
- ★ Signaler tout propos haineux, violent, illégitime à l'hébergeur web, aux directeur·rices de publication ou aux autorités judiciaires selon les cas, ou bien sur la plateforme Pharos.



DÉCRYPTER L'INFORMATION

Apprendre à analyser l'information et renforcer son esprit critique est devenu indispensable pour résister à la désinformation et à la fatigue informationnelle.



Des sites utiles

- [Acmmed.org](http://acmmed.org)
 - [Arret-sur-images.net](http://arret-sur-images.org)
 - [CLERM](http://clerm.fr)
Organise chaque année
la semaine de la presse
et des médias dans
l'école
 - [Meta-media](http://meta-media.fr)
 - [Pieds-dans-le-sel.org](http://pieds-dans-le-sel.org)
 - Plateforme
de l'éducation
à l'information
et à la liberté
d'expression
medieducation.fr



Les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information

Chaque personne peut devenir active et critique dans son rapport à l'information, mais cela s'apprend. L'éducation aux médias et à l'information (EMI) permet de:

Comprendre l'écosystème de l'information: quels sont les acteurs de l'information médiatique ? Comment se fabrique une info, avec quelles intentions et quelles contraintes ? Quels formats et quels circuits de diffusion ? Quel modèle économique ?...

★ Analyser les contenus médiatiques pour vérifier s'ils sont fiables, à l'aide de questions clés : quelle est la source de l'info (si elle existe) ? Est-ce que l'auteur·rice existe vraiment ? Y a-t-il d'autres sources qui confirment l'information ? S'agit-il de faits ou de commentaires ? Le ton de l'article est-il mesuré et ouvert à des propos contradictoires ? Quelle est la date de cette info ? L'image qui l'accompagne est-elle fiable ?



Quelques conseils pour produire de l'info (ou pour vérifier des faits)

- ★ **Une information doit être factuelle et précise** et répondre aux quatre questions de base : Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? (éventuellement : Pourquoi ? Comment ?).
 - ★ **Elle a un angle** : c'est le biais par lequel on aborde un sujet qui permet d'être efficace (on va chercher l'information avec précision) et modeste (on sait qu'on ne va traiter qu'une facette du sujet).
 - ★ **Un-e producteur rice d'info se déplace sur le terrain** : le terrain permet l'investigation en rencontrant des gens qui vivent directement une situation concrète, en les interviewant et en recueillant parfois des avis contradictoires. Éviter de poser des questions fermées qui entraînent des réponses courtes et téléguidées et faire valider par les personnes interrogées ce qu'on a réalisés à partir de leur témoignage.
 - ★ **tel diversifie ses sources** : c'est en diversifiant ses sources et en multipliant les témoignages que l'on peut parvenir à une « subjectivité honnête ». Il faut accepter de prendre en compte des faits qui vont à l'encontre de ses hypothèses de départ ou de ses idées personnelles.

★ **Produire sa propre information**: réaliser un film, un blog, un journal, une émission radio... c'est mieux comprendre les choix éditoriaux qui sont faits et se former à la responsabilité et à l'exercice de la liberté d'expression.

★ **Défendre le droit d'informer et d'être informé-es**: dans un univers médiatique régi par les géants du Web, des propriétaires milliardaires ou parfois muselés par des dictatures, introduire du contrôle démocratique est essentiel. Cela passe notamment par le fait de considérer (et donc défendre) l'information comme un droit fondamental.

UNE AUTRE INFORMATION EXISTE

Des médias indépendants, des blogueur·ses, des youtuber·ses, des ONG offrent une information de qualité, moins soumise aux travers des médias de masse.



Attention,
appellations
non contrôlées !

Tous les médias qui se disent libres, indépendants ou alternatifs ont des intentions éditoriales qui vont de la défense des droits humains, de la justice sociale et environnementale et de la démocratie à la propagation de propos conspirationnistes, liberticides, racistes et/ou antidémocratiques. Il est donc fondamental d'aller vérifier si leur ligne est en accord avec ses propres valeurs et quelle est leur idéologie non lisible. Si « Qui sommes-nous ? » avant d'en faire ses propres œuvres !

Qu'est-ce qu'un média indépendant ?

Beaucoup de médias se réclament de l'appellation «média indépendant», mais ceux qui visent plus de justice sociale et écologique ont, par exemple, en commun:

- ★ de ne pas appartenir à des grands groupes de médias
- ★ d'exercer leur activité d'information avec éthique et déontologie
- ★ d'aborder les sujets passés sous silence ailleurs et de donner la parole à ceux qui ne l'ont pas
- ★ de favoriser la co-construction et la participation
- ★ de renforcer l'esprit critique

Une information d'utilité publique

Sur les droits humains, l'environnement ou la solidarité internationale, les ONG bénéficient d'un crédit important de la part de l'opinion. À l'instar des lanceur·ses d'alerte, elles fournissent une information d'utilité publique, à même de créer de la mobilisation et de peser sur les politiques nationales ou internationales. Des blogueur·ses ou youtuber·ses participent aussi à faire vivre une information différente, pédagogique et mobilisatrice.

Les médias libres, un écosystème complexe à préserver

- ★ Pas de modèle économique magique ! Si les médias indépendants refusent la publicité et le rachat par un groupe de presse, c'est donc le public qui doit payer. Bonne nouvelle : les appels réguliers à la générosité des lecteur·rices dépassent bien souvent leurs objectifs, signe que ces médias indépendants sont populaires auprès de l'opinion. Moins bonne : les abonné·es sont encore insuffisant·es.
- ★ Des abonnements qui restreignent le droit à l'information. Ces systèmes d'abonnements sont mis en cause par certain·es, accusés de créer une information à deux vitesses : ceux qui peuvent payer pour un accès au journalisme de qualité et d'investigation et ceux qui ne s'informent que par le biais des contenus gratuits sur le Net.
- ★ Un manque d'audience. Malgré leur qualité, ces médias sont parfois accusés de partialité, d'austérité, de complexité... Ils sont peu cités dans les revues de presse des médias grand public, ce qui limite leur reconnaissance et donc leur audience.
- ★ Des attaques répétées à leur encontre. De plus en plus de médias et journalistes sont menacé·es de « poursuites bâillons », procédures judiciaires menées afin de les faire taire. Enquêtes sur l'environnement, sur les activités controversées des grandes entreprises, sur les violences policières... sont autant de sujets pouvant déclencher ces procès qui assèchent financièrement les médias au point de menacer leur existence.
- ★ Mais des initiatives renforcent actuellement l'information indépendante : actions communes pour obtenir des financements collectifs, échange de contenus pour être davantage visibles, mutualisation des coûts de production, hébergement commun... les médias de transformation sociale, écologique et démocratique savent se regrouper pour se développer.





TOUT PEUT CHANGER !

Des réflexions et des plaidoyers émergent pour faire bouger les lignes et renouer avec une information plurielle, éthique, qualitative. L'enjeu ? Mieux comprendre le monde afin de pouvoir le transformer.



Chacun-e peut soutenir ces plaidoyers, en donnant du temps ou de l'argent aux organisations actives sur ces sujets; mais aussi user de son droit de réponse quand des informations paraissent erronées ou mensongères, signaler sa satisfaction ou sa désapprobation, et compléter et préciser l'information à chaque fois que cela paraît nécessaire.

★ **Impliquer davantage les usager-e-s dans la fabrication de l'info:** leur montrer les coulisses de l'info, les faire participer, leur demander et prendre en compte leur avis. Depuis sa création fin 2019, le Conseil de déontologie journalistique et de médiation (CDUJM), instance nationale de médiation entre les journalistes, les médias et le public peut être saisi par tout-e citoyen-ne sur un acte journalistique jugé problématique.

Défendre la liberté d'informer

Dans les pays autoritaires comme dans les démocraties, la liberté d'informer et d'être informé-es connaît un recul inquiétant. En 2021, 46 journalistes ont été tué-e-s et 488 emprisonné-e-s, selon Reporters sans frontières (RSF). En France, très régulièrement, associations et médias interviennent face aux tentatives de museler l'information : ils tentent de faire reculer les intérêts privés pour faire valoir l'information d'intérêt général.

Respecter les données des usager-e-s

Depuis l'entrée en application du règlement général sur la protection des données (RGPD), qui oblige les internautes à donner leur consentement explicite en matière de cookies et de traqueurs, de nombreuses plaintes contre le oblige publicitaire ont été déposées auprès de différentes autorités de protection des données européennes, dont la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL). L'association La Quadrature du Net*, qui a déposé plusieurs de ces plaintes contre les GAFAM, défend les droits et libertés dans l'environnement numérique.

Déconcentrer les médias
Des collectifs et des associations de journalistes* réclament :

- ★ la modification de la loi anti-concentration (1986) pour limiter la concentration verticale et y intégrer les médias numériques
- ★ la transparence sur l'actionnariat des médias
- ★ une réattribution des aides à la presse aux petits médias indépendants plutôt qu'aux gros titres détenus par des hommes d'affaires
- ★ un statut juridique aux sociétés de journalistes pour qu'elles puissent aller en justice
- ★ un « délit de trafic d'influence » pour limiter l'ingérence des actionnaires dans les contenus et renforcer l'indépendance des rédactions.

