



Journalisme et plateformes 2 :

information, infomédiation et « fake news »

Institut Méditerranéen des Sciences de l'Information et de la Communication (IMSIC),

Ecole de Journalisme et de Communication d'Aix-Marseille (EJCAM)

Aix-Marseille Université

Marseille, 20-22 janvier 2021

Colloque international labellisé SFSIC

Journalism and Platforms 2:

Information, infomediatio and fake news

The Mediteranean Institute of Information and Communication Sciences (IMSIC)

& The Journalism and Communication School of Aix-Marseille (EJCAM)

Aix-Marseille University

International conference SFSIC

Marseille, January 20th to 22nd 2021

Les plateformes (Smyrnaio, Rebillard, 2019) s'imposent comme les vecteurs d'une réintermédiation de l'information en ligne en organisant pour les internautes la circulation et la mise à disposition d'une grande variété de contenus. L'information des journalistes, celle que nous qualifierons ici d'information d'actualité ou de *news*, se retrouve donc soumise à des impératifs exogènes qui finissent par influencer les constructions éditoriales des médias d'information (Bell, Owen, 2017).

Cette plateforme de l'information en ligne est concomitante d'une accélération de la circulation d'informations non journalistiques qui, de la satire à la désinformation, alimentent à côté des *news* l'offre de contenus proposée aux internautes. Dans cet environnement décloisonné où productions journalistiques, désinformation, pièges à clic, *infotainment* et satire cohabitent, le journalisme est amené à se repenser (Joux, Pélissier, 2018).

Ce colloque ambitionne d'explorer les pratiques journalistiques nouvelles en rapport avec les « *fake news* » (ou infox) au sein des environnements dominés par les plateformes. Par « *fake news* », et parce que la polysémie du terme a contribué parfois à son instrumentalisation, nous entendons plus précisément les « troubles de l'information » (Wardle, Derakhsan, 2017) dans toute leur diversité.

A ce titre, le colloque interrogera le *fact-checking* et la manière dont il se repositionne en dénonçant les « *fake news* » (Bigot, 2019). Sollicité au moment des campagnes électorales, le *fact-checking* s'inscrit de plus en plus dans une relation de collaboration et de dépendance entre rédactions et plateformes qu'il convient de questionner (Smyrnaio, Chauvet, Marty, 2017 ; Alloing, Vanderbiest, 2018). Au-delà de l'actualité politique, les « *fake news* » sur les questions de santé, sur l'environnement ou encore les pièges à clics véhiculant fausses promesses et révélations folkloriques interrogent le statut d'expertise des journalistes spécialisés ainsi que des parties prenantes concernées.

Quatre axes seront explorés dans lesquels les propositions doivent s'inscrire :

- **À la source de l'information : l'éducation aux médias face à la logique des plateformes**
- **La lutte contre les « *fake news* », une réaffirmation du journalisme ?**
- **Journalisme politique et journalisme de santé : des journalismes spécialisés au défi des « *fake news* »**
- **Réception des fausses informations et plateformes : un renforcement des biais cognitifs ?**

A la source de l'information : l'éducation aux médias face à la logique des plateformes

« Je l'ai vu sur *Facebook* » : le constat sans appel du *Reuters Institute* (Kalogeropoulos, Newman, 2017) témoigne des mutations du rapport à l'information dans les environnements numériques. L'intermédiaire, ici *Facebook*, l'emporte sur le média comme source d'information mémorisée, ouvrant grand la voie aux « *fake news* » en rendant substituables les sources entre elles. Cette mise en abîme de la source, celle que le journaliste sollicite et confronte, celle du média comme source fiable d'information renouvelle l'inspiration historique de l'éducation aux médias. A la compréhension des logiques de la fabrique de l'information se superpose la nécessité d'une pédagogie de la source, celle que l'on consulte souvent par l'intermédiaire des plateformes. Ces dernières aussi jouent la carte de la pédagogie quand elles contribuent à signaler, parmi les contenus qu'elles hébergent, ce qui relève du bon grain et de l'ivraie (Joux, 2018). Mais elles sont ici juges et parties, ce qui explique pourquoi, et de plus en plus, l'éducation aux médias se mue en éducation aux plateformes. Quels sont les enjeux de l'effacement de la source dans les écosystèmes où dominent les plateformes ? Quels rapports nouveaux entre la

source de l'information et l'information comme source ? Quels défis pour l'éducation aux médias ?

La lutte contre les « *fake news* », une réaffirmation du journalisme ?

Le *fact-checking* a connu un développement important dans les rédactions à partir des années 2000 (Bigot, 2017). La visibilité accrue des « *fake news* » lui a conféré depuis le milieu des années 2010 un rôle nouveau. Tout en se drapant d'une mission évidente d'utilité sociale, le *fact-checking* a réaffirmé dans l'espace public l'importance du travail journalistique dans la production de l'information d'actualité. Il a dénoncé à son tour l'illusion du « tous journalistes » (Mathien, 2010) que les facilités de partage sur Internet ont pu faire espérer. Cette réaffirmation du journalisme dans ses savoir-faire spécifiques est soutenue autrement par les plateformes. *Facebook* comme *Google* (à travers le projet *CrossCheck*) financent les rédactions pour vérifier certains des contenus qui circulent dans leur écosystème. Cette reconnaissance du *fact-checking* par les plateformes peut pourtant être considérée comme ambivalente. Si elle parie sur l'éducation des internautes grâce à la mise en visibilité du travail journalistique, elle correspond aussi à l'imposition dans les rédactions des priorités financées par les plateformes. Ce sont ces grands thèmes, celui du *fact-checking* et de ses ambitions pour le journalisme, celui aussi des relations économiques et éditoriales entre plateformes et rédactions que nous nous proposons de questionner ici.

Journalisme politique et journalisme de santé : des journalismes spécialisés au défi des « *fake news* »

En tant que « grave symptôme de délitement politique » (Mercier, 2018), la déferlante contemporaine des « *fake news* » se nourrit d'une défiance croissante à l'endroit des élites « sachantes » dont font partie les journalistes, qu'ils soient « généralistes » ou « spécialisés ». Dans deux domaines clés de l'information - la politique et la santé -, domaines qui sont en prise avec des enjeux collectifs majeurs, la question de la transformation/adaptation des pratiques professionnelles des journalistes est posée avec une forte acuité. Face à la menace, suffit-il de généraliser les pratiques de *fact-checking* et de corriger certaines pratiques fautives (traitement dans l'urgence, vérification insuffisante, acculturation scientifique incomplète, ...) pour restaurer une légitimité écornée ? Convient-il de renouveler les codes et les modes d'expression du

journalisme spécialisé en retournant contre elle les armes discursives qu'utilise la « post-vérité » (Dieguez, 2018) ? Convient-il de « décloisonner » l'exercice du métier et de l'organiser en réseau (Bassoni, 2015), adossé désormais aux pratiques de toutes les parties prenantes concernées par l'endiguement des « *fake news* » (à savoir, en santé, les autorités sanitaires, les scientifiques, les soignants, les patients et les « *digital opinion leaders* ») ?

Réception des fausses informations et plateformes : un renforcement des biais cognitifs ?

Si la prolifération des « *fake news* » est liée aux conditions techniques et économiques de la circulation des informations, elle s'appuie également sur des ressorts cognitifs qui ne privilégient pas toujours la vérité et sur des formes de réception inscrites dans des contextes pluriels. Des biais cognitifs identifiés de longue date conduisent fréquemment les individus à sélectionner ou à croire des informations fausses pour privilégier le consensus au sein d'un groupe (Festinger, 1954) ou par économie de moyens (Kahneman, 2011). Illusionnisme social et illusion de vérité peuvent ainsi favoriser la propagation des fausses informations (Huguet, 2018). Par ailleurs, les individus perçoivent les « *fake news* » comme l'un des éléments d'un univers informationnel globalement dégradé recouvrant aussi des formes de propagande ou de journalisme médiocre (Nielsen, Graves, 2017). Ici les « *fake news* » sont envisagées par le public comme la combinaison des intérêts de certains médias qui les publient, d'acteurs politiques qui y contribuent et de plateformes qui permettent de les distribuer. Quelles sont les caractéristiques de la réception des « *fake news* » par le public ? Quels types de ressorts individuels ou collectifs les « *fake news* » sollicitent-elles ? Dans quelle mesure les plateformes et leurs logiques peuvent renforcer les biais cognitifs associés aux « *fake news* » ? Ces questions seront abordées en interrogeant les modalités de la réception des « *fake news* » par le public à travers leur permanence ou au contraire leur variation selon les contextes.

Modalités de soumission

Les propositions de communication doivent comporter 6000 signes et inclure une courte bibliographie. Elles préciseront l'axe dans lequel s'inscrit la proposition. Des indications sur le terrain / le corpus et la méthodologie de recherche sont attendues.

Les propositions sont à envoyer jusqu'au 19 juin 2020 à l'adresse suivante :
jep2021@outlook.fr



Les propositions feront l'objet d'une évaluation en double aveugle. Les réponses seront communiquées courant septembre 2020.

English version

Infomedia platforms (Smyrnaioi, Rebillard, 2019) have become the dominant force of a 'reintermediation' of information online by organising a large variety of contents and making them available to internet users. Information from journalists, which we would qualify here as news, finds itself subject to exogenous imperatives which finish by influencing editorial decisions on information medias (Bell, Owen, 2017). This 'platformisation' of information online has coincided with an acceleration of the circulation of non-journalistic information besides news, from satire to disinformation, which increases the offer of contents proposed to internet users. In this open environment where journalistic productions, disinformation, click traps, infotainment and satire live together, journalism needs to rethink itself.

The aim of this conference is to explore new journalistic practices in relation to "fake news" at the heart of environments dominated by platforms. By "fake news", and because the polysemy of the term has sometimes contributed to its instrumentalisation, we mean more precisely 'information problems' (Wardle, Derakhsan, 2019) in all their diversity.

As such, the conference will consider the question of fact-checking and the way it has been repositioned by criticising "fake news" (Bigot, 2019). Fact-checking has been called upon during electoral campaigns and is becoming increasingly part of a close relationship of collaboration and dependence between editors and web platforms which should be brought into question (Smyrnaioi, Chauvet, Marty, 2017; Alloing, Vanderbiest, 2018). Over and above the current political situation, "fake news" on the subjects of health, the environment and even clickbait presenting false promises and strange revelations, questions the expert status of specialist journalists as well as other concerned parties.

Propositions should address the following four lines of research:

- **At the information source: media education in the face of the platforms**
- **Fighting against "fake news", a reaffirmation of journalism?**
- **Political journalism and health journalism: the challenge of "fake news" to specialised journalists**
- **Reception of false information and platforms: a reinforcement of cognitive biases?**

At the information source: media education in the face of the platforms

“I saw it on *Facebook*”. This unequivocal statement from *Reuters Institute* (Kalogeropoulos, Newman, 2017) demonstrates the way digital environments have changed our relationship to information. The intermediary, in this case *Facebook*, is more powerful than traditional media as a source of memorised information, opening the door wide to “fake news” by rendering the different sources of information interchangeable. This deconstruction of the source, which journalists call upon and confront, which media use as a reliable source of information is renewing the historic inspiration of media studies. The necessity of a pedagogical attention to source, the one which we often consult via the intermediary of web platforms, overlaps on to understanding the logic of information production. The platforms also present themselves pedagogically when they contribute to highlighting the wheat and the chaff in all the content they host (Joux, 2018). However they are both advocates and judges, which explains why media studies is increasingly transforming into education on web platforms. What are the stakes created by the erasure of the source in the ecosystems where the platforms are dominating? What are the new relationships between information source and information as a source? What are the challenges for media studies?

Fighting against “fake news”, a reaffirmation of journalism?

Fact-checking has been experiencing an important development in publishing since the 2000's (Bigot, 2017). The increased visibility of “fake news” has given it a new role since the beginning of the 2010's. While dressing itself up as a social mission with obvious uses, fact-checking has restated the importance of journalism in producing news information in the public sphere. It has also criticised the illusion that anyone can be a journalist which the ease of internet sharing may have led us to hope for (Mathien, 2010). This reaffirmation of specific journalistic savoir-faire is supported differently by the platforms. *Facebook*, as well *Google* (through the *CrossCheck* project), finances publishing to check certain contents, which circulate in their ecosystem. However, this recognition of fact-checking by the platforms can be considered as ambivalent. If it relies on the education of internet users thanks to the visibility of journalistic work, it also corresponds to the imposition of priorities financed by the platforms in publishing. We propose to question these major themes here, fact-checking and its ambitions for journalism as well as the economic and editorial relationships between the platforms and newsrooms.

Political journalism and health journalism: the challenge of “fake news” to specialised journalists

Representing a ‘serious symptom of political breakdown’ (Mercier, 2018), the contemporary unfurling of “fake news” is being fed by a growing defiance to the position of the ‘knowledgeable’ elite which journalists belong to, whether they are ‘general’ or ‘specialist’. In two key information areas - politics and health-, areas which are connected to major collective stakes, the question of the transformation/adaptation of journalists’ professional practices is particularly important. Faced with this menace, is it sufficient to generalise the practices of fact-checking and to correct certain problematic practices (hurried treatments, insufficient verification, incomplete scientific acculturation, ...) to restore a curtailed legitimacy? Is turning the discursive weapons employed by ‘post-truth’ (Dieguez, 2018) against it the best way to renew the codes and modes of expression of specialised journalism? Is it enough to remove the “barriers” to the exercise of the profession and organise it in a network (Bassoni, 2015), leaning now on the practices of all the parties concerned by the containment of “fake news” (in this case, in health, the health authorities, scientists, carers, patients and “digital opinion leaders”)?

Reception of false information and platforms: a reinforcement of cognitive bias?

If the proliferation of *fake news* is linked to the technical and economic conditions of information circulation, it also relies on cognitive domains which do not always promote the truth and forms of reception attached to plural contexts. Recognised cognitive biases frequently lead individuals to select and believe false information to encourage consensus within a group (Festinger, 1954) or through an economy of means (Kahneman, 2011). Social illusionism and the illusion of truth can thus favour the propagation of false information (Huguet, 2018). Indeed, individuals perceive “fake-news” as one of the elements of the globally degraded universe of information, including forms of propaganda or mediocre journalism (Nielsen et Graves, 2017). Here, the public’s perception of “fake news” is the combination of the interests of certain medias which publish it, politicians who contribute to it and the platforms who allow it to be distributed. What are the characteristics of the public’s reception of “fake news”? What type of individual or collective sources does “fake news” call upon? How far can platforms and their business models reinforce the cognitive biases associated to “fake news”? These questions will be approached by considering the modalities of the public’s reception of “fake news” through their permanence or, on the contrary, their variation according to contexts.

How to submit

Propositions should be 6000 characters and include a short biography. They will indicate which research theme they are most appropriate to. Descriptions of the field of study/ corpus and the research methodology are expected.

Propositions should be sent to the following address: jep2021@outlook.fr The deadline is June 19th 2020

Propositions will be double blind evaluated, replies will be sent out during September 2020.

Comité scientifique / Scientific committee

Amiel Pauline (IMSIC, Aix Marseille Université)

Bousquet Franck (Lerass, Université Paul Sabatier - Toulouse 3)

Cabrolié Stéphane (IMSIC, Aix Marseille Université)

Graves Lucas (University of Wisconsin - Madison)

Grevisse Benoît (MiiL, UC Louvain)

Jeanne-Perrier Valérie (GRIPIC, Paris Sorbonne)

Jenkins Joy (Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford)

Joux Alexandre (IMSIC, Aix Marseille Université)

Mercier Arnaud (CARISM, Université Paris 2)

Pignard-Cheynel Nathalie (Université de Neuchatel)

Sebbah Brigitte (Lerass, Université Paul Sabatier - Toulouse 3)

Smyrnaioi Nikos (Lerass, Université Paul Sabatier - Toulouse 3)

Vovou Ioanna (ICCA Sorbonne Nouvelle, Université Panteion, Athens)

Comité d'organisation / Organization team

Coordination : Joux Alexandre (IMSIC) & Amiel Pauline (IMSIC)

Bassoni Marc (IMSIC)

Belgacem Fetta (IMSIC)

Cabrolié Stéphane (IMSIC)

Cappuccio Alexia (IMSIC)

D'Aiguillon Benoît (IMSIC)

Lukasik Stéphanie (IMSIC)

Pélissier Maud (IMSIC)

Références :

- Alloing C., Vanderbiest N. (2018), « La fabrique des rumeurs numériques. Comment la fausse information circule sur Twitter ? », *Le Temps des médias*, 30(1), 105-123.
- Bassoni M. (2015), « Journalisme scientifique et public-expert contributeur. Une « nouvelle donne » dans les pratiques du journalisme spécialisé ? », *Questions de communication*, série actes 25 (sous la direction de Ph. Chavot et A. Masseran), Presses Universitaires de Nancy, 179-189.
- Bell E., Owen T. (2017), *The Platform Press. How Silicon Valley reengineered Journalism*, Columbia Journalism School, Tow Center for Journalism.
- Bigot L. (2017), « Le *fact-checking* ou la réinvention d'une pratique de vérification », *Communication & Langages*, 2, n° 192, 131-156.
- Bigot L. (2019), *Fact checking versus fake news : vérifier pour mieux informer*, Paris : INA Editions.
- Dieguez S. (2018), *Total Bullshit ! Au cœur de la post-vérité*, Paris : Presses universitaires de France.
- Festinger L. (1954), « A theory of social comparison processes », *Human Relations*, 7, 117-140.
- Huguet P. (2018), « Eléments de psychologie des *fake news* », in *L'information d'actualité au prisme des fake news*, Paris : L'Harmattan, 201-222.
- Joux A., Pélissier M. (2018), *L'information d'actualité au prisme des fake news*, Paris : L'Harmattan.

- Joux A. (2018), « Des dispositifs contre les *fake news* : du rôle des rédactions et des plateformes », in *L'information d'actualité au prisme des fake news*, Paris : L'Harmattan, 73-93.
- Kahneman D. (2011), *Thinking, fast and slow*, London : Penguin.
- Kalogeropoulos A., Newman N. (2017), 'I saw the News on Facebook'. *Brand Attribution when Accessing News from Distributed Environments*, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University.
- Mathien M. (2010), « “ Tous journalistes ! ” Les professionnels de l'information face à un mythe des nouvelles technologies », *Quaderni*, 72, 113-125.
- Mercier A. (2018), *Fake news et post-vérité : 20 textes pour comprendre la menace*, *The Conversation France/e-book*, (hal-01819233).
- Nielsen K. R., Graves L. (2017), *News you don't believe: audience perspectives on fake news*, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University.
- Smyrnaiois N., Chauvet S., Marty E. (2017) *L'impact de CrossCheck sur les journalistes et les publics*, First Draft
- Smyrnaiois N., Rebillard F. (2019), « How infomediaion platforms took over the news: a longitudinal perspective », *The Political economy of communication*, vol. 7/1, 30-50.
- Wardle C., Derakhsan H. (2017) *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Strasbourg: Council of Europe