

# Revue des Interactions Humaines Médiatisées

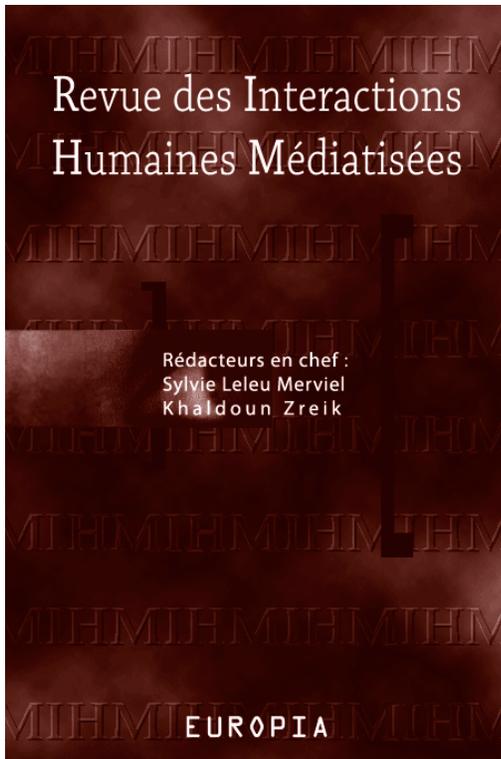
Journal of Human Mediated Interactions

**Rédacteurs en chef** : Sylvie Leleu-Merviel & Khaldoun Zreik

**Vol 23 - N°1/ 2022**

*(numéro spécial | special issue)*

ISSN 2402-6522



© europia., 2021

15, avenue de Ségur,  
75007 Paris - France

<http://europia.org/RIHM> | <http://rihm.fr>

Contact | e-mail : [rihm@europia.org](mailto:rihm@europia.org)

# Revue des Interactions Humaines Médiatisées

*Journal of Human Mediated Interactions*

## Rédacteurs en chef / *Editors in chief*

- Sylvie Leleu-Merviel, Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis, Laboratoire DeVisu
- Khaldoun Zreik, Université Paris 8, Laboratoire Paragraphe

## Comité éditorial / *Editorial Board*

- Thierry Baccino (Université Paris8, LUTIN - UMS-CNRS 2809, France)
- Karine Berthelot-Guiet (CELSA- Paris-Sorbonne GRIPIC, France)
- Pierre Boulanger (University of Alberta, Advanced Man-Machine Interface Laboratory, Canada)
- Jean-Jacques Boutaud (Université de Dijon, CIMEOS, France )
- Aline Chevalier (Université Paris Ouest Nanterre La Défense, CLLE-LTC, France)
- Stéphane Caro, (IUT Bordeaux Montaigne, France)
- Yves Chevalier (Université de Bretagne Sud, CERSIC -ERELLIF, France)
- Didier Courbet (Université de la Méditerranée Aix-Marseille II, Mediasic, France)
- Viviane Couzinet (Université de Toulouse3, LERASS, France)
- Milad Doueïhi (Université de Laval - Chaire de recherche en Cultures numériques, Canada)
- Pierre Fastrez (Université Catholique de Louvain, GReMS, Belgique)
- Pascal Francq (Université Catholique de Louvain, ISU, Belgique)
- Bertrand Gervais (UQAM, Centre de Recherche sur le texte et l'imaginaire, Canada)
- Patrizia Laudati (Université Côte d'Azur, SICLAB Méditerranée, France)
- Catherine Loneux (Université de Rennes, CERSIC -ERELLIF, France)
- Marion G. Müller (Jacobs University Bremen, PIAV, Allemagne)
- Marcel O'Gormann (University of Waterloo, Critical Média Lab, Canada)
- Serge Proulx (UQAM, LabCMO, Canada)
- Jean-Marc Robert (Ecole Polytechnique de Montréal, Canada)
- Imad Saleh (Université Paris 8, CITU-Paragraphe, France)
- André Tricot (Université de Toulouse 2, CLLE - Lab. Travail & Cognition, France)
- Jean Vanderdonckt (Université Catholique de Louvain, LSM, Blgique)
- Alain Trognon (Université Nancy2, Laboratoire InterPsy, France)

# Revue des Interactions Humaines Médiatisées

Journal of Human Mediated Interactions

Vol 23 - N°1 / 2022

(numéro spécial | special issue)

## Sommaire

### Editorial

Sylvie LELEU-MERVIEL, Khaldoun ZREIK (rédacteurs en chef) iv

**Les *fake news* comme objet pour penser l'information dans son écosystème numérique**

*Fake news as a tool to think news in an digital world*

Pauline AMIEL, Alexandre JOUX 1

***Fake news* et publicisation d'une controverse médicale : le « cas Raoult » à l'heure de la pandémie de Covid-19**

*Fake news and publicizing a medical controversy; the "Raoult case" at the time of the Covid-19 pandemic.*

Stéphanie LUKASIK, Marc BASSONI 7

***Fake News* et complotisme sur YouTube : comment l'algorithme favorise la polarisation des opinions**

*Fake news and conspiracy theories on YouTube: how algorithm promotes polarisation of opinions*

Florian DAUPHIN 17

**Réinterroger les relations des unités journalistiques françaises de *fact-checking* avec les plateformes numériques : entre opportunistes et instrumentalisation**

*Re-examining the relationships of French journalistic fact-checking units with digital platforms: between opportunism and instrumentalization*

Laurent BIGOT, Jérémie NICEY, Nicolas SOURISCE 29

**Quand le *fact-checking* bouscule le rapport entre journalisme et vérité : une approche épistémologique**

*When fact-checking challenges the relationship between journalism and truth: an epistemological approach*

Angelina TOURSEL, Philippe USEILLE 41

**Fake News and the Corona Crisis in Germany: Public Broadcasting Counter Strategies on Instagram**

*Fake News et la crise de la Corona en Allemagne : Stratégies de contre-attaque des médias publics sur Instagram*

Caja THIMM 55

**The Brazilian fact-checking landscape under the platforms' guidance**

*Le paysage de fact-checking au Brésil sous l'égide des plateformes*

**Thales LELO**

73

## **Editorial**

Ce numéro spécial de la *Revue des Interactions Humaines Médiatisées* revient à une formule invitée comme cela s'est déjà produit par le passé, pour la dernière fois en 2018.

Il s'agit donc d'un millésime atypique dans la production de la revue, qui abandonne temporairement sa forme habituelle de trois articles longs en varia. En effet, le numéro propose sept articles plus courts, qui sont des versions retravaillées et complétées de travaux sélectionnés parmi ceux présentés lors du colloque international « Journalisme et plateformes 2 : information, infomédiation et *fake news* » organisé par l'axe 4 de l'IMSIC et qui s'est tenu à l'École du Journalisme et de Communication de l'Université d'Aix-Marseille (EJCAM), à Marseille, du 20 au 22 janvier 2021. Ce colloque international est le deuxième volet d'un rendez-vous « Journalisme et plateformes » dont le premier volet, « de la symbiose à la dépendance », a été organisé par le LERASS à Toulouse en 2019.

L'ensemble est consacré aux fake news, au fact-checking et à l'éducation aux médias et à l'information. Le numéro a été coordonné par Pauline Amiel et Alexandre Joux, qui ont effectué tout le travail de reviewing et de supervision scientifique. Ils présentent l'ensemble du numéro dans l'article d'ouverture. Nous les remercions pour l'exigence dont ils ont fait preuve dans ce travail.

**Nous vous souhaitons à toutes et à tous une très bonne lecture et nous vous remercions de votre fidélité.**

**Sylvie LELEU-MERVIEL et Khaldoun ZREIK**  
Rédacteurs en chef

# ***Fake news* et publicisation d'une controverse médicale : le « cas Raoult » à l'heure de la pandémie de Covid-19**

*Fake news and publicizing a medical controversy; the “Raoult case” at the time of the Covid-19 pandemic.*

Stéphanie LUKASIK (1), Marc BASSONI (2)

(1) Laboratoire IMSIC, Aix-Marseille Université  
[stephanie.lukasik@univ-amu.fr](mailto:stephanie.lukasik@univ-amu.fr) ;

(2) Laboratoire IMSIC, Aix-Marseille Université  
[marc.bassoni@univ-amu.fr](mailto:marc.bassoni@univ-amu.fr)

**Résumé.** Lors de la pandémie de Covid-19, la publicisation en temps réel des controverses médicales a constitué un phénomène communicationnel inédit. En France, c'est le « cas Raoult », éponyme du Directeur d'alors de l'Institut hospitalo-universitaire (IHU) de Marseille, qui a incarné tout particulièrement l'appropriation publique de la controverse scientifique. Symptomatiques de la crise, la communication inédite du Professeur Raoult et son amplification socionumérique mettent en lumière l'affaiblissement de la vérité au contact des fake news et des narrations alternatives mises en circulation par les réseaux socionumériques.

**Mots-clés.** Fake-news, controverses, réseaux socio-numériques.

**Abstract.** During the Covid-19 pandemic, the real-time publicity of medical controversies constituted an unprecedented communications phenomenon. In France, it is the “Raoult case”, eponym of the Director of the University Hospital Institute (IHU) of Marseille, which particularly embodied the appropriation of the scientific controversy. Symptomatic of the crisis, the unprecedented communication of the Professor Raoult and its socio-digital amplification highlight the observation of the weakening of the truth in contact with fake news and alternative narratives put into circulation by socio-digital networks.

**Keywords.** Keyword1, keyword2, keyword3.

## **1 Introduction**

Depuis la pandémie de Covid-19, la publicisation en temps réel du processus de « fabrication » de la science médicale constitue un phénomène inédit. Et pour cause, les cascades informationnelles, amplifiées par les réseaux socionumériques (Stenger & Coutant, 2011), ont fait glisser le cénacle traditionnel fermé des

controverses médicales, habituellement réservé aux pairs, vers un espace public, ouvert à tous, propice à la polarisation et aux polémiques (Esquerre, 2018). Le professeur Didier Raoult, Directeur de l'Institut hospitalo-universitaire (IHU) de Marseille, incarne en France cette appropriation de la controverse scientifique par l'opinion publique. En s'exprimant directement dans les médias et surtout via les réseaux sociaux numériques et en s'affranchissant souvent des codes et des règles de la *disputatio* scientifique, ce dernier non seulement personifie cette « publicisation » de la science en cours de fabrication, mais également suscite la controverse.

Une polémique qui n'a fait qu'enfler en raison du fonctionnement même de ces réseaux propices à la viralité. Sur ces plateformes, ce sont des communautés de fans et de détracteurs, notamment au sein de pages Facebook, qui se sont regroupées autour de la figure du professeur marseillais. Dans les conversations quotidiennes, le « cas Raoult » devient ainsi récurrent et constitue une personification des polémiques liées à la crise sanitaire contemporaine. C'est ce « cas Raoult » que nous nous proposons de décrypter dans cette contribution. D'abord, nous nous interrogerons sur le choix du professeur Raoult de s'adresser directement à l'opinion publique. Ensuite, nous nous intéresserons aux interactions entre fans sur une page Facebook (« Didier Raoult officiel ») afin de mettre au jour les ressorts d'un emballement collectif par le prisme du modèle de la « communication à deux étages » récemment actualisé (Lukasik, 2021). Enfin, certains éléments d'homophilie (Lukasik, 2020) relatifs aux *fake news* et au complotisme présents au sein des groupes constitués lors des partages d'information seront examinés.

## 2 Du cénacle scientifique à la société civile : retour sur une communication atypique

La figure publique du professeur Raoult n'est pas une création née de la crise sanitaire de la Covid-19. Ce chercheur est un spécialiste de microbiologie mondialement reconnu. En 2010, il se voit attribuer par ses pairs le Grand Prix de l'INSERM qui vise à le récompenser pour son accomplissement scientifique. Au début des années 2000, le ministre de la Santé, Jean-François Mattei, lui demande conseil à propos du bioterrorisme. C'est à cette époque que le chercheur tire la sonnette d'alarme sur l'état d'impréparation du pays pour faire face aux potentiels virus émergents. L'IHU de Marseille, institut spécialisé dans la lutte contre les maladies infectieuses, naîtra quelques années plus tard sur la base de ce diagnostic pessimiste. Le professeur Raoult en sera l'inspirateur et la figure de proue. Ce faisant, la pandémie de Covid-19 n'est en aucun cas à l'origine du personnage. Néanmoins, elle a permis sa mise en lumière aux yeux du grand public. En pleine pandémie, c'est la défense d'un traitement (une bithérapie fondée sur le couplage « azithromicine-hydroxychloroquine ») qui va être au fondement de sa nouvelle notoriété controversée. Habitué à prescrire la deuxième molécule, la chloroquine, pour soigner d'une manière peu coûteuse diverses affections, le professeur Raoult choisit de privilégier une « éthique du soin ». À contre-courant des recommandations de ses pairs et des autorités de santé, le chercheur décide de se laisser guider par le terrain en préférant les « données observationnelles » aux essais randomisés conventionnels. Devant la Commission d'enquête sur la gestion de la pandémie à l'Assemblée nationale, le 24 juin 2020, cette hétérodoxie scientifique est accompagnée de propos polémiques. Lors de cette audition, le professeur marseillais dénonce en effet une présumée collusion entre certains cliniciens et experts au sein des agences de santé avec les intérêts de l'industrie pharmaceutique

ainsi qu'une mainmise du réseau « Institut Pasteur-INSERM » sur la recherche médicale. Cette remise en cause des experts enfievre le spectre de la « *fake science* » (Pénet, 2019) ; la controverse, dès lors, ne fait qu'enfler. Une partie de l'opinion publique continue de s'emparer de la polémique, nonobstant la saisine du Conseil de l'ordre des médecins des Bouches-du-Rhône pour « manquements » à la déontologie médicale. En dépit des risques de sanction ordinaire, le professeur Raoult maintient néanmoins ses choix de prescription ainsi que sa posture « rebelle ». Une position à contre-courant qui ne surprend pas au regard de ses présupposés philosophiques et épistémologiques. Admirateur de Nietzsche, influencé par la pensée husserlienne qui voue aux gémonies la rationalité mathématisée qui domine la science occidentale moderne, celui qui s'auto-définit comme un « non-conformiste » (Le Hir, 2010), ambitionne de bouleverser la connaissance du vivant et d'en finir avec le darwinisme (Raoult, 2010). Cette vision donne lieu à une stratégie de communication atypique dans l'univers de la recherche médicale, celle d'une communication directe.

Le professeur Raoult n'hésite pas à solliciter l'opinion publique par l'intermédiaire des médias traditionnels d'information grand public mais aussi des médias socionumériques. Il signe d'ailleurs régulièrement des billets ou des chroniques pour la presse française comme *Le Figaro* ou *Le Point*. Dans cette même dynamique, l'IHU est actif sur les réseaux socionumériques. À propos de cette communication directe peu commune dans le monde de la recherche, la chroniqueuse Guillemette Faure (2020) note que le professeur Raoult « a été le premier à comprendre que, pour peser, il est devenu plus important d'être « liké » sur YouTube que validé par ses pairs du *Lancet* ou d'autres revues médicales ». Les réseaux socionumériques seraient-ils ainsi le nouveau baromètre de la légitimité et de la visibilité des experts ? Seraient-ils le nouvel espace dédié au « pouvoir intellectuel en France » ? L'amplification, caractéristique de l'espace numérique des réseaux, donne une tout autre dimension à la polémique scientifique, initialement réservée aux pairs. Une fois intégrée à l'écosystème des réseaux socionumériques, la controverse médicale prend la forme de polémiques et de confrontations d'opinions amplifiées par les clivages existants externes au champ médical (Fourquet & Gariazzo, 2020).

Des clivages qui ne sont pas étrangers à la défiance marquée à l'égard des pouvoirs publics. Cette dernière se traduit plus largement par un rejet du « système », une écoute croissante des outsiders et une propension appuyée au complotisme. Un climat propice à la « starification » de la figure du professeur Raoult, perçue par une partie de l'opinion publique comme un acteur « anti-système ». En outre, la majorité des médias « institués » s'emparent de cette puissante « tête de gondole » pour augmenter leurs audiences (Bristielle, 2020, p. 10-sq.). De fait, les médias participent à la mise en lumière du chercheur marseillais. Cette frénésie médiatique autour du personnage phocéen est symptomatique du basculement dans l'espace social des opinions. Le physicien Etienne Klein résume parfaitement cette situation en citant un sondage du journal *Le Parisien* du 5 avril 2020. Alors qu'aucune étude thérapeutique n'avait encore eu le temps d'aboutir, le quotidien publiait les résultats d'un sondage pour le moins surprenants. À la question : « D'après vous, tel médicament est-il efficace contre le coronavirus ? », 59 % des personnes interrogées répondaient oui, 20 % non. Seuls 21 % des sondés déclaraient qu'ils ne savaient pas. L'immense majorité (79%) affirmait donc savoir ce que personne ne savait encore ... » (Klein, 2020, p. 4). Cette incohérence peut s'expliquer par ce que le sociologue Gérald Bronner (2020) nomme l'effet collectif de surconfiance, le « Dunning-Krueger effect ». Il s'agit d'un biais de

compréhension qui peut se produire lorsque les individus sont en phase d'initiation vis-à-vis d'une question complexe (à l'instar de la crise sanitaire liée à la Covid-19) ; ces derniers ont tendance, dans un premier temps, à surestimer leurs réelles compétences. Une surestimation qui n'est pas sans lien avec le contexte contemporain de polarisation d'opinions qui brouille le débat scientifique. Cette atmosphère de « starification » provoquée, les éventuelles dérives de l'ego (Lemaitre, 2019), mais aussi la rhétorique du dissensus et la propension aux formules-choc qui alimentent le *buzz* sur les réseaux ne manquent pas de nourrir les joutes médiatiques, lesquelles poussent les usagers-récepteurs à rechercher par eux-mêmes d'autres informations, voire des contre-informations proches d'une « réinformation » (Lukasik, 2018), propices à la diffusion de *fake news* et de dérives hors du champ de la controverse scientifique. C'est pourquoi nous verrons que la diffusion démediée de la page Facebook « Didier Raoult officiel » est symptomatique du processus social que cristallise le « cas Raoult ».

### 3 Un « cas Raoult » significatif de la communication socionumérique à deux étages

Afin d'analyser socialement cette influence diffusée *via* les réseaux socionumériques, nous mobilisons notre modèle de « l'usager-récepteur » (Lukasik, 2021). À l'aune de ces réseaux, ce modèle actualise l'approche de la « communication à deux étages » proposée naguère par l'école de Columbia dès 1944 et achevée en 1955 (Katz & Lazarsfeld, 2008 ; Katz, 2008). En vue de comprendre les situations d'influence d'opinion à l'œuvre dans les activités quotidiennes de circulation et de réception, les processus de filtre de l'information sont étudiés en reprenant les éléments structurants du modèle de Columbia ; au sein de celui-ci, ce sont les leaders d'opinion qui sont les véritables relais et filtres de l'information. L'influence se diffuse ainsi en deux temps : tout d'abord, des médias/créateurs de contenus vers les leaders d'opinion et, ensuite, de ces leaders d'opinion vers leurs groupes affinitaires. Notre démarche vise, tout comme d'ailleurs l'approche lazarsfeldienne, à expliquer les phénomènes sociaux en observant les actions individuelles. Nous nous inscrivons dans la tradition de l'analyse empirique de l'action de Paul F. Lazarsfeld étant donné que le partage, *via* les réseaux socionumériques, équivaut à une action individuelle. Notre reformulation du modèle de la « communication à deux étages » nous permet tout d'abord d'observer les contenus médiatiques diffusés par la page Facebook « Didier Raoult officiel » (1<sup>er</sup> étage du modèle) ; elle nous permet ensuite d'observer les interactions des usagers-récepteurs à propos de ces mêmes contenus (2<sup>ème</sup> étage).

Concernant précisément le premier étage du modèle, nous l'adossons aux posts de la page Facebook « Didier Raoult officiel ». Cette page fait partie des nombreuses pages Facebook créées par certains fans du chercheur marseillais. À partir de celle-ci, nous pouvons quantifier ce que les usagers-récepteurs font des informations postées. Pour soixante-quatre posts observés pendant une période de trois mois (du 14 septembre au 14 novembre 2020 [période qui précède, puis couvre en partie, la deuxième vague de la pandémie]), nous comptabilisons 60 279 interactions des usagers-récepteurs. Ces interactions regroupent 43 852 réactions, 5568 commentaires et 10859 partages. L'influence de l'information diffusée par la page Facebook « Didier Raoult officiel » est ainsi clairement démultipliée par les usagers-récepteurs, confirmant l'efficacité de notre modèle de la communication à deux étages. Cette page Facebook appelle une petite précision, utile pour la suite de notre propos. Sur la période d'observation, elle enregistre 34 458 abonnés. Cette

page est un média en tant que fournisseur de contenus informationnels ; mais il s'agit d'un média dual, ou hybride, au sens où ces contenus peuvent provenir non seulement des données et des analyses de l'IHU, mais également de médias extérieurs (des médias le plus souvent dits « alternatifs » comme *RT France* et *La Lettre Patriote*). *Via* cette page, nous pouvons observer que certains usagers-récepteurs procèdent au travail de « réinformation » alimentant ainsi une défiance voire un rejet à l'endroit de la doxa scientifique et médiatique. Cette « réinformation » en tant qu'information alternative illustre la polysémie du mot-valise de *fake news* (Bassoni, 2020). Son mode opératoire à base de « copier-coller-couper », procédé caractéristique de la réinformation (Lukasik, 2018), alimente ainsi un risque de « discrédit par association » ; en effet, le « label IHU » est *de facto* adossé à la réappropriation de la controverse médicale telle qu'elle est opérée par les usagers-récepteurs de la page.

Afin d'observer le deuxième étage du modèle, les actes de partage des usagers-récepteurs de la page Facebook sont ensuite étudiés. *Via* les réseaux sociaux numériques, le conseil oral étudié lors des entretiens de suivi de l'école de Columbia a été remplacé par le partage. Afin de transposer ce modèle au contexte numérique, les actions de partage des usagers-récepteurs sont analysées et comparées. Cette analyse empirique de l'action nous permet de comprendre et reconstruire le mécanisme de l'influence personnelle du leader d'opinion sur son groupe. Car l'acte du partage incarne la concrétisation visible de ce mécanisme. Ce type d'influence est complexe puisqu'il est lui-même façonné par de multiples interactions inhérentes à chaque personne. C'est pourquoi le leadership d'opinion est subtil et lié à la conjoncture. À l'instar de la conversation, l'influence personnelle est sans cesse en mouvement. Pendant un échange conversationnel, la parole passe d'une personne à une autre. Puis, à un moment, l'une des deux personnes va prendre l'ascendant sur l'autre, l'influencer et donc diriger l'opinion ; autrement dit, devenir leader d'opinion. Comme Gabriel Tarde (1901) l'a naguère théorisé, l'opinion se forme au fil des conversations. L'influence est par essence mouvante. À l'image d'un partage social numérique, elle se diffuse à foison ; cette influence étant elle-même constituée d'une multiplicité de déterminants dans le long terme. Par conséquent, l'influence personnelle ne peut relever que du court terme. Selon cette approche méthodologique, nous ne cherchons pas à quantifier l'influence qui est, par définition, inquantifiable puisqu'elle se diffuse sans cesse, mais nous tentons de qualifier cette influence personnelle.

Pour décrire le processus de l'influence, il a été nécessaire de suivre les segments de l'influence personnelle (Katz, 2008). Ces empreintes de situations d'influence personnelle, nous les suivons *via* les réseaux sociaux numériques. Nous avons pour objectif de décrire le mécanisme de l'influence personnelle conjoncturelle et non pas la catégorisation du leader d'opinion. Au cours de notre analyse des dyades « leaders d'opinion/groupes », des situations d'influence qui correspondent aux caractéristiques du leader d'opinion columbien sont observées. Nous utilisons le terme de « dyade » car le leader et le groupe sont deux entités indissociables et corollaires. Précisons qu'il ne s'agit pas d'une ethnographie en ligne. La notion de groupe utilisée ne relève pas des groupes sociaux de l'ethnologie. En cohérence avec la littérature de Columbia, les groupes sont à entendre au sens de « groupes primaires ». Ils sont liés à la proximité de la conversation. Dans le contexte numérique, en raison de l'interface présente entre les individus, ces groupes deviennent « secondaires ». Concernant le deuxième étage du modèle, nous poursuivons notre étude de l'influence personnelle par l'observation des partages des contenus médiatiques et par une analyse qualitative des dyades « leaders

d'opinion/ groupes ». Afin de parvenir à identifier ce leadership d'opinion du quotidien si particulier, nous évaluons la situation d'influence en fonction des six caractéristiques nécessaires au leadership d'opinion lazarsfeldien à savoir l'exposition aux médias, le caractère quotidien, la dépendance au groupe, l'homophilie (Lukasik, 2020), l'aura, l'impermanence. Ce qui nous permet d'analyser les usages et la réception des usagers-récepteurs de la page Facebook « Didier Raoult officiel ».

#### 4 Controverse médicale et information marginale : une publicisation inédite

Nous pouvons remarquer une catégorie d'usagers-récepteurs particulièrement active au sein de notre analyse de contenu (Bardin, 2009) de la page Facebook observée. Il s'agit des usagers-récepteurs qui ont une réception marginale de l'information. Ces « leaders d'opinion marginaux » avaient déjà été décrits par l'école de Columbia (Katz & Lazarsfeld, 2008). Tout comme le leader d'opinion courant, le leader d'opinion marginal est dépendant d'un groupe et doit agir en fonction de ce groupe pour obtenir le leadership. Il occupe une place à la marge de la *doxa*, regroupant des opinions également déviantes. Alain Coulon (2012) évoque le paradoxe de ces individus marginaux par leur ambivalence d'appartenance. Afin d'être en mesure de rejeter la société, ils doivent malgré tout y prendre part. C'est pourquoi, le marginal, même s'il possède une place périphérique dans la société, n'est pourtant pas isolé. D'autres marginaux vont échanger avec lui et se constituer en groupe. Étant donné que l'essence du groupe, quel qu'il soit, est de se créer à partir d'un ensemble de valeurs similaires, cette référence homophile pourrait éclairer le choix de certains individus de ne s'exposer qu'à ces valeurs partagées dans leur réception de l'information (Katz & Lazarsfeld, 2008).

En termes d'homophilie, nous avons pu relever que les vingt dyades formées par les leaders d'opinion et leurs groupes respectifs ont comme intersection commune une appétence pour les croyances religieuses et les opinions politiques. Ces leaders d'opinion marginaux se caractérisent par une défiance assumée à l'égard des médias classiques. Usagers-récepteurs informés, ils sont sans cesse à la recherche d'une information alternative. Abonnés à des médias alternatifs, ils témoignent d'une volonté d'avoir accès à une information différente de celle diffusée par les médias de masse. Par exemple, certains de ces leaders d'opinion marginaux diffusent des contenus de « réinformation », renforçant ainsi le « potentiel de décontextualisation » des messages viraux (Pinker, 2020, p. 200). Leurs partages sont encouragés par les membres de leurs groupes secondaires *via* des gratifications (Katz *et al.*, 1974). Ces réactions positives constituent de nouvelles formes d'octroi visible du leadership à partir des réseaux socionumériques. Le partage de contenu est récompensé et permet la circulation des opinions. Cette circularité est amplifiée par la puissance des algorithmes et nourrit le « vertige narcissique de la dissidence » (Reichstadt, 2019, p. 40). La controverse médicale est devenue dès lors un prétexte pour aborder d'autres polémiques typiques des « obsessions personnelles » (Peltier, 2018) de ces leaders d'opinion marginaux. Pour reprendre la thèse défendue par le sociologue Gérald Bronner (2021), ces éléments de polémique constituent des « pièges attentionnels » à même de détourner l'attention du sujet initial, en l'espèce celui de la controverse strictement médicale. Celle-ci est ainsi débordée par la conversation numérique et constitue un terrain propice à la désinformation, voire à la « vérité alternative » (Ancona (d'), 2017).

## 5 Conclusion

Deux enseignements antithétiques de ce « cas Raoult » et de la publicisation de la controverse médicale peuvent être soulignés. On constate d'abord un phénomène d'accroissement de la polarisation des opinions. Et pour cause, les plateformes des réseaux sociaux numériques en raison de leur configuration mettent en circulation des narrations « alternatives » sur le même plan que des informations vérifiées. Difficile pour l'utilisateur-récepteur non averti de s'y retrouver ! Ce nouvel espace de confrontation favorable aux polémiques est révélateur de l'époque contemporaine de la post-vérité (Girel, 2017). La sociologue Eva Illouz (2020) prédit ainsi un avenir sombre en considérant que cet affaiblissement de la vérité est annonciateur à terme d'une abjuration probable de la foi scientifique héritée des Lumières. Dans un second temps, il est néanmoins possible d'appréhender cette réalité sous un jour plus positif. Ce « cas Raoult » serait ainsi symptomatique d'un état transitoire ou d'un moment d'apprentissage collectif au débat et d'une mise en lien, ou en réseau, de toutes les formes de connaissances (savantes et profanes). À l'évidence, cette transition s'accompagne de tâtonnements, d'excès et de « bricolages » communicationnels assumés par les chercheurs eux-mêmes (Carlino & Molinatti, 2019). Ce sont ces excès qui peuvent sans doute expliquer le tweet du professeur Raoult en date du 12 janvier dernier, tweet dans lequel ce dernier prend ses distances avec toutes les pages Facebook créées à son insu. Une adaptation collective est donc nécessaire à l'ouverture des controverses scientifiques au grand public et notamment *via* les réseaux sociaux numériques. La science en quête de décloisonnement et de publicisation de qualité serait dès lors elle-même à la recherche d'un remède pour favoriser un débat nuancé et précis dans l'espace public.

## Bibliographie

- Ancona (d'), Matthew (2017). *Post-Truth : the New War on Truth and How to Fight Back*, London, Ebury Press.
- Bardin, Laurence (2009). *L'analyse de contenu*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Quadrige ».
- Bassoni, Marc (2020). « Les sociétés contemporaines au défi des « fake news » : vers le chaos ou la résilience ? », *Communication aux « jendis du C.N.R.S »*, Délégation Provence et Corse du C.N.R.S., Marseille, Salle de conférences Pierre Desnuelle, [{hal-02736440}](#).
- Bristrielle, Antoine (2020). « Vaccins : la piqûre de défiance », *Note de la Fondation Jean Jaurès* (Société).
- Bronner, Gérald (2020). « La science, de l'incertitude à la défiance », *France Culture (L'invité(e) des matins)*.
- Bronner, Gérald (2021). *Apocalypse cognitive*, Paris, Presses universitaires de France.
- Carlino, Vincent & Molinatti, Grégoire (2019). « Traces numériques et engagement du chercheur : contribution à une éthique de la communication en régime de controverse », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 20, n° 2, 2019, p. 13-25.

- Coulon, Alain (2012). *L'école de Chicago*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je ? ».
- Esquerre, Arnaud (2018). *Le vertige des faits alternatifs*, Paris, Textuel éd., coll. « Conversations pour demain ».
- Faure, Guillemette (2020). « Posts hypocritiques », *M Le Mag*, n° 447, 11 avril 2020, p. 18.
- Fourquet, Jérôme & Gariazzo Marie, (2020). *En immersion. Enquête sur une société confinée*, Paris, Le Seuil éd., 2020.
- Girel, Mathias (2017). « Ignorance stratégique et post-vérité », *Raison présente*, vol. 204, n°4, 2017, p. 83-96, [<https://doi.org/10.3917/rpre.204.0083>].
- Illouz, Eva (2020). « Croire à la science ou pas : la question qui pourrait décider de l'avenir du monde », *Le Monde*, 11 décembre 2020, p. 29.
- Katz, Elihu, Blumler, Jay & Gurevitch, Michael (1974). « Uses and gratifications research », *The Public Opinion Quarterly*, vol. 37, n° 4, 1974, p. 509-523.
- Katz, Elihu & Lazarsfeld Paul Félix (2008). *Influence personnelle, ce que les gens font des médias*, Paris, Armand Colin éd., 2008.
- Katz, Elihu (2008). L'héritage de Paul Lazarsfeld. La puissance des effets limités, Préface à *Influence personnelle, ce que les gens font des médias*, Paris, Armand Colin éd., p.13-23.
- Klein, Etienne (2020). *Le goût du vrai*, Paris, Gallimard éd., coll. « Tracts ».
- Le Hir, Pierre (2010). « Chasseur de microbes », *Le Monde*, 20 novembre 2010, p. 18.
- Lemaitre, Bruno (2019). *Les dimensions de l'ego. Séduction, dominance, manipulation : la société à l'épreuve des narcissiques*, Lausanne, Quanto-EPLF Press éd., 2019.
- Lukasik, Stéphanie (2018). A la frontière des *fake news*, entre « réinformation » et désinformation. Le cas du blog *Fdesouche*, in JOUX, Alexandre, PELISSIER, Maud, dir., *L'information d'actualité au prisme des fake news*, Paris, L'Harmattan éd., 2018.
- Lukasik, Stéphanie (2020). « Homophilie » Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics, [<http://publicationnaire.humanum.fr/notice/homophilie/>].
- Lukasik, Stéphanie (2021). *La reformulation de la figure du leader d'opinion au prisme de la réception de l'information des jeunes adultes via les réseaux sociaux numériques*, Thèse de Doctorat, Aix-Marseille Université, ([tel-03012086](tel:03012086)).
- Peltier, Marie (2018). *Obsession. Dans les coulisses du récit complotiste*, Paris, Inculte éd., 2018.
- Penet, Pierre (2019). « Fake science et ignorance stratégique : retour sur les récentes controverses autour de l'austérité et du glyphosate », *Études de communication*, vol. 2, n° 53, 2019, p. 85-102.
- Pinker, Roy (2020). *Fake news & viralité avant Internet*, Paris, CNRS éd., 2020.
- Raoult, Didier (2010). *Dépasser Darwin*, Paris, Plon éd., 2010.
- Reichstadt, Rudy (2019). *L'opium des imbéciles. Essai sur la question complotiste*, Paris, Grasset éd., 2019.

Stenger, Thomas & Coutant, Alexandre (2011). Ces réseaux numériques dits sociaux, *Hermès*, n° 59, 2011.

Tarde, Gabriel (1901). *L'opinion et la foule*, Paris, éditions du Sandre.