

Université Paris-Panthéon-Assas

École doctorale d'Économie, gestion, information et communication (EGIC),
ED455

Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la
Communication
soutenue le 2 décembre 2022

La réinformation : un monde aux frontières du journalisme



Gaël Stephan

Sous la direction de Madame la Professeure Valérie Devillard

Membres du jury :

Gilles Bastin – Professeur, IEP de Grenoble

Cécile Leconte – Maîtresse de conférences habilitée à diriger des recherches,
IEP de Lille

Tristan Mattelart – Professeur, Université Paris-Panthéon-Assas (Président)

Nikos Smyrnaio – Maître de conférences habilité à diriger des recherches,
Université Toulouse-III-Paul-Sabatier (Rapporteur)

Franck Rebillard – Professeur, Université Sorbonne Nouvelle (Rapporteur)

Avertissement

La Faculté n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans cette thèse ; ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

Remerciements

Mes premiers remerciements sont adressés à ma directrice de thèse, Valérie Devillard, tout à la fois pour son accompagnement, la confiance qu'elle a exprimé quant à mon projet de recherche et l'appui qu'elle m'a fourni pendant toute la durée de cette thèse. Ses conseils m'ont été d'une aide précieuse, en particulier à l'occasion de cette dernière année de rédaction, et ce travail lui doit beaucoup.

Je remercie aussi les membres du jury Gilles Bastin, Tristan Mattelart, Cécile Leconte, Franck Rebillard et Nikos Smyrniaios pour me faire l'honneur de lire et discuter cette thèse.

Pour leurs relectures, leurs commentaires et leurs propositions au cours de ces derniers mois de rédaction, j'adresse tous mes remerciements à Romain Badouard, Arianne Bénoliel, Irène Despontin Lefèvre, Swan Dufour, Fabien Granjon, Marie-Éva Lesaunier et Ysé Vauchez. Merci aussi à Simon Reyburn et Loïc Stephan pour leur relecture orthographique de l'introduction et de la conclusion à quelques jours du rendu du tapuscrit, ainsi qu'à Jaercio Da Silva et Irène Despontin Lefèvre qui m'ont assisté dans la mise en forme ce document.

La bonne réalisation et l'aboutissement de ce travail de recherche doivent beaucoup aux conditions de travail dont j'ai pu bénéficier, et que je sais malheureusement trop rares dans l'ESR. À ce titre, je tiens à exprimer toute ma gratitude envers la direction du Carism Cécile Méadel et Tristan Mattelart, et de l'ED 455. Merci aussi à Arielle Hakenstaad dont la bienveillance contribue grandement à faire du Carism un espace agréable où travailler. J'apporte par ailleurs une dernière touche à cette thèse alors que deux enseignants-chercheurs que je souhaite saluer quittent le laboratoire : merci à Rémy Rieffel pour ses conseils à l'occasion des comités de suivi, et Frédéric Lambert pour ses nombreuses recommandations de lecture, sa bienveillance et sa disponibilité.

Au cours de ces cinq années d'apprentissage de la recherche, j'ai eu le plaisir de fréquenter des chercheurs dont les travaux et l'amitié m'ont énormément apporté. Irène Despontin Lefèvre et Jaercio Da Silva, merci pour vos encouragements, nos discussions et nos rires partagés. Je suis ravi que nous tournions la page de la thèse cette même année, et j'espère que nous conserverons longtemps ces excellentes relations amicales et de travail. Un grand merci est aussi adressé à ma première partenaire d'écriture, Ysé Vauchez, dont les remarques, lors de discussions ou *dans les marges*, ont largement contribué à ma réflexion. Un remerciement spécial est aussi dirigé vers celles et ceux qui par leurs discussions et leur présence, au Carism et ailleurs, ont allégé la charge de travail ces dernières années et en particulier Lucie Alexis, Maëlle Bazin, Anastasia Choquet et Marie-Éva Lesaunier.

Enfin, je souhaite remercier ma famille et mes amis qui m'ont accompagné et encouragé dans la reprise de mes études et l'écriture de cette thèse. Merci à ma mère et mon père, à la fois pour leur soutien matériel et moral, ainsi qu'à Thierry, Cécile et Hugo. Mille fois merci à Marie qui sait l'importance que ce travail a eu pour moi et que j'embête avec ce projet depuis plusieurs années. Toute ma gratitude va aussi vers ceux qui m'ont offert de beaux moments de respiration et dont l'amitié m'est précieuse : Martin et Marine, Simon et Hsiao-Anne, Mathieu, Simon, Thibault et Marion, Marino, Miguel, Marion et Julia.

Résumé (1700 caractères) :

Depuis plus de dix ans maintenant se multiplient en ligne des sites et blogs brocardant les médias mainstream suspectés d’être menteurs et dissimulateurs et proposant une lecture alternative de l’actualité caractérisée par des positions ultra-conservatrices. En France, c’est sous le nom de « réinformation » que se développe cette forme singulière de médiactivisme. Ce travail propose d’étudier les mobilisations informationnelles issues de l’extrême droite française, en les appréhendant comme un monde social (Strauss, 1978). Cette approche motive l’adoption d’un dispositif d’enquête mixte, recourant à des méthodes quantitatives et qualitatives. Des entretiens conduits avec les médiactivistes permettent notamment d’éclairer les conditions de production des contre-discours sur l’actualité proposés par les acteurs de la réinformation. Conformément aux préconisations de Kristoffer Holt (2019), le plan de cette thèse articule trois niveaux d’analyse : micro, méso et macro.

Descripteurs :

Réinformation ; médiactivisme ; extrême droite ; journalisme ; mondes sociaux ; méthodes mixtes de recherche

Title and Abstract (1700 characters):

Re-information: a social world at the edge of journalism

Throughout the last decade, online spaces have been used by far-right actors in order to criticise the mainstream media and to offer an alternative reading of the news, characterized by ultra-conservative positions. In France, that form of media-activism has developed under the name “re-information”. In this thesis, the informational mobilizations of the far-right are studied through the lenses of social interactionism and the notion of social worlds (Strauss, 1978). This approach motivates the adoption of mixed-methods. Interviews conducted with media-activists shed light upon the conditions of production of counter-discourses about the news.

Following Kristoffer Holt’s advice (2019), this dissertation is structured around three levels of analysis: micro, meso and macro.

Keywords:

Re-information ; media-activism ; far-right ; journalism ; social worlds ; mixed methods

Principales abréviations

GRECE : Groupement de recherche et d'études pour la civilisation européenne

IFP : Institut de formation politique

FN / RN : Front national / Rassemblement national

RSN : Réseau sociaux numériques

UGC : *User generated contents*

Sommaire

Introduction	13
Un cadre théorique interactionniste : le médiactivisme de réinformation comme « monde social »	25
Problématique et hypothèses	28
Matériaux et méthodes	32
Structure de la thèse	39
Partie liminaire. Saisir un objet labile	41
Chapitre 1. Une approche idéale : la réinformation comme doctrine	41
1.1. La <i>Tyrannie</i> comme ouvrage	44
1.2. Représentations et prescriptions	50
1.3. Circulations et réceptions	67
Chapitre 2. Cartographier pour explorer. Analyser les relations sur le territoire médiactiviste	75
2.1 Constitution de la base de données et choix des logiciels d'appui à l'analyse	82
2.2 Identifier les acteurs prestigieux dans le réseau	87
2.3 Territoires et communautés	94
2.4 Interroger l'analyse de réseau et son heuristique	99
Partie 1. Marges et centre dans l'espace médiatique	107
Chapitre 3. Rire du <i>mainstream</i> pour le dénoncer : la cérémonie des « Bobards d'or »	109
3.1. Distinguer endogroupe et exogroupes	115
3.2. L'administration de la preuve du mensonge dans les « bobards »	131
3.3. De la critique des « bobards » à la critique du « système médiatique »	138
Chapitre 4. Le journalisme et la réinformation. La défense d'un territoire professionnel menacé	145
4.1. Le journalisme, un territoire professionnel aux frontières poreuses	147
4.2. Des frontières menacées à l'ère du numérique	150
4.3. Un corpus de presse pour observer le <i>boundary-work</i>	155
4.4. Le journaliste et la réinformation : qualification et disqualification	157
4.5. Valeurs professionnelles et maintien de la frontière	164
4.6. Des marges vers le centre, quel <i>intermedia agenda setting</i> ?	175

Partie 2. La réinformation comme aire d'activité.....	187
Chapitre 5. L'économie de la production de contre-discours : un monde d'amateurs ?.....	191
5.1. Principes généraux de l'économie des médias	194
5.2. Le regard des acteurs de la réinformation sur les modes de financement des médias <i>mainstream</i>	205
5.3. Traduire économiquement l'engagement.....	216
Chapitre 6. Participation et <i>gatekeeping</i> dans le monde de la réinformation.....	257
6.1. Les médias contestataires, une information sans journalistes ?.....	257
6.2. Les médias d'information <i>mainstream</i> , entre élan participatif et <i>gatekeeping</i>	266
6.3. La participation des internautes au monde de la réinformation	274
Partie 3. Le monde de la réinformation au microscope	309
Chapitre 7. Les carrières médiactivistes	311
7.1. Les carrières médiactivistes, un objet à la rencontre de la sociologie du journalisme et de la sociologie du militantisme	313
7.2. Un monde ouvert ?	319
7.3. Se maintenir en médiactivisme : multipositionnalité et rétributions	337
7.4. Les logiques du désengagement.....	349
Chapitre 8. Le contre-discours de réinformation, entre subordination au <i>mainstream</i> et distinction	359
8.1. Un dispositif inspiré des conventions <i>mainstream</i>	362
8.2. Quatre semaines d'actualité sur <i>TV Libertés</i>	364
8.3. Voix médiactivistes et voix rapportées.....	368
8.4. Éléments d'analyse du discours médiactiviste	371
8.5. Études de cas.....	381
Conclusion.....	409
Retour sur les hypothèses	410
Un espace de sociabilité	412
Mobilisation des ressources et professionnalisation de la production de contre-discours ...	414
Une notion à discuter : les « contre-médias ».....	415
Pistes de recherche	416

<i>Bibliographie</i>	419
<i>Sources</i>	439
<i>Table des figures</i>	441
<i>Table des tableaux</i>	443
<i>Table des annexes</i>	445
<i>Table des matières</i>	497

Introduction

Les premiers travaux portant sur les usages politiques d'Internet ont insisté sur les opportunités que représentait ce nouvel outil pour les groupes progressistes (Castells, 2001 ; Granjon, 2001). Dans un contexte d'érosion des formes traditionnelles de participation auprès des partis de masse et des syndicats (Ion, 1997), Internet est apparu comme le moyen de mettre en réseau des individus partageant les mêmes objectifs, et appelés à travailler de concert, ponctuellement ou plus durablement. L'essentiel des études réalisées au début des années 2000 a souligné l'importance de la circulation de l'information pour les nouvelles formes de militantisme, celle-ci étant facilitée par l'essor de l'informatique connectée et la mise en réseau des individus (Blondeau et Allard, 2007). C'est ainsi que les travaux en langue française sur les emplois progressistes du réseau des réseaux ont été nombreux au début des années 2000, encouragés par l'apparition de nouvelles formes de critique sociale sur le territoire hexagonal (Granjon, 2001 ; Granjon, Papa *et al.*, 2017 ; Granjon et Torres, 2012), ainsi que l'émergence de mobilisations transnationales se réclamant de l'altermondialisme. Pour ces dernières, Internet a constitué un outil d'information et de coordination sans précédent (Cardon et Granjon, 2003 ; Della Porta, 2004 ; George, 2003). Les études alors réalisées alors actent d'une tendance de fond qui traverse les groupes progressistes : les mobilisations s'autonomisent des structures syndicales et partisans et la circulation de l'information devient un enjeu militant majeur (Pickerill, 2007 ; Platon et Deuze, 2003 ; Wolfson, 2012). La notion de mouvement semble alors porter un potentiel heuristique beaucoup plus important que celle d'organisation, et de nombreux travaux vont appuyer la représentation d'une homologie entre structure réticulaire et idéaux libertaires, en étudiant les différents réseaux militants français (Blondeau et Allard, 2007 ; Granjon, 2001).

Conséquence d'un impensé ou d'un choix assumé, les travaux consacrés aux usages conservateurs d'Internet sont longtemps restés des points aveugles pour la recherche, ou du moins des curiosités ne nécessitant pas la production d'études

empiriques régulières. Deux facteurs peuvent expliquer cette situation (Agrikoliansky et Collovald, 2014) : l'idée que les mobilisations conservatrices nécessitent d'être étudiées avec des outils conceptuels spécifiques, ainsi que la frilosité des universitaires à enquêter sur ces terrains¹. C'est justement aux usages d'Internet par l'extrême droite qu'est consacrée cette recherche doctorale.

Comme l'a illustré Cas Mudde il y a déjà plus de vingt ans (1996), de multiples définitions sont proposées pour appréhender et circonscrire cette tendance politique, chacune s'appuyant sur des critères singuliers. Le constat est partagé par l'historien Michel Winock (2015), qui écrit qu'elle consiste en une « tendance politique dure mais un concept mou », soulignant la difficulté rencontrée par les universitaires souhaitant la définir d'une manière univoque et arrêtée. J'adopte pour ma part ici la définition proposée par le politiste Jean-Yves Camus et l'historien Nicolas Lebourg, celle-ci présentant deux intérêts majeurs à mes yeux : insister sur le caractère pluriel de l'extrême droite et proposer une définition aussi bien adaptée aux structures partisans qu'aux formes organisations extra-partisanes.

« Les extrêmes droites véhiculent une conception organiciste de la communauté qu'elles désirent constituer (que celle-ci repose sur l'ethnie, la nationalité ou la race) ou qu'elles affirment vouloir reconstituer. Cet organicisme implique le rejet de tout universalisme au bénéfice de l'autophilie (la valorisation du "nous") et de l'altérophobie. Les extrémistes de droite absolutisent ainsi les différences (entre nations, races, individus, cultures). Ils tendent à mettre les inégalités sur le même plan que les différences, ce qui crée chez eux un climat anxigène, car elles perturbent leur volonté d'organiser de manière homogène leur communauté. Ils cultivent l'utopie d'une "société fermée" propre à assurer la renaissance communautaire. Les extrêmes droites récusent le système politique en vigueur, dans ses institutions et dans ses valeurs (libéralisme politique et humanisme égalitaire). La société leur paraît en décadence, et l'État [aggrave] ce fait : elles s'investissent en conséquence d'une mission perçue comme salvatrice. Elles se constituent en contre-société et se présentent en tant qu'élites de rechange. Leur fonctionnement interne ne repose pas sur des règles démocratiques, mais sur le dégagement d'"élites véritables". Leur imaginaire renvoie l'Histoire et la société à de grandes figures archétypales (âge d'or, sauveur, décadence, complot, etc.) et exalte des valeurs irrationnelles non matérialistes (la jeunesse, le culte des morts, etc.). Enfin, elles

¹ L'expérience de Daniel Bizeul montre que certains objets de recherche relevant de l'extrême droite – dans son cas le Front national du début des années 1990 – peuvent être regardés d'un mauvais œil par les universitaires (Bizeul, 2003, 2007). Y consacrer son travail revient à assumer la position de suspect : l'étude n'est alors pas guidée par de seuls objectifs scientifiques, elle répond aussi certainement à des sympathies politiques inavouées ou à une fascination frôlant la pathologie.

rejettent l'ordre géopolitique tel qu'il est » (Camus et Lebourg, 2015, p. 30).

Des travaux publiés au cours des dix dernières années ont ainsi cherché à qualifier les emplois militants d'Internet en France, en se concentrant notamment sur le Front national, depuis devenu Rassemblement national, qui constitue le pôle où s'agrègent les différentes composantes de l'extrême droite (Boyadjian, 2015 ; Dézé, 2011 ; Hobeika et Villeneuve, 2017 ; Stephan, 2021). Il apparaît cependant nécessaire de ne pas limiter l'étude de l'extrême droite à ses formes partisans (Castelli Gattinara, 2020), et de prendre en compte la « manière dont [des] pensées réactionnaires se diffusent dans une multitude d'espaces sociaux, en dehors du champ politique [...] et ce, sans nécessairement que ces mouvements aient besoin de s'imposer par les urnes » (Bouron et Drouard, 2014, p. 8). Aussi la présente étude porte-t-elle sur un segment du secteur non-partisan de l'extrême droite française (Veugelers et Menard, 2018), ensemble composite comprenant aussi bien des éditeurs que des *think-tanks*, des écoles de formation et associations de natures variées.

Cette recherche s'inscrit ainsi dans le prolongement de travaux, notamment en langue anglaise, consacrés aux usages extra-partisans d'Internet par l'extrême droite. Comme l'ont précédemment noté Manuela Caiani et Linda Parenti (2013), l'informatique connectée a représenté une opportunité d'autant plus importante pour cette dernière qu'elle permet, à faibles coûts, de contourner un espace médiatique considéré comme hostile. De même que l'extrême droite a su mettre à profit l'interconnectivité et le possible recours à l'anonymat. Plusieurs travaux insistent sur la place occupée par Internet dans la mise en circulation d'images et de symboles d'extrême droite et leur banalisation (Miller-Idriss, 2020 ; Fielitz et Thurston, 2019). Jen Schradie (2019) observe de son côté que les groupes conservateurs tendent à être plus efficaces en ligne que les groupes progressistes. La différence observée est associée à différents facteurs, mais celle-ci trouve aussi racine dans l'idéologie conservatrice. La notion de liberté, qui y occupe une place prépondérante, est compatible avec un emploi intensif du web. Comme l'écrit la sociologue, « sans aucun doute, la centralité de la notion de liberté dans l'idéologie conservatrice – libre marché, liberté à l'égard de l'État et libre expression – s'accorde parfaitement avec Internet » (*ibid.*, 2019, p. 196). Les résultats auxquels elle aboutit invitent ainsi

à détourner le regard de l'homologie entre réseaux connectés et critique sociale sur laquelle s'étaient concentrés les efforts de la recherche pour s'intéresser à une seconde, qui lie le web et le conservatisme.

En outre, Jen Schradie observe chez ses enquêtés de droite et d'extrême droite une très forte propension à critiquer les médias conventionnels. Ces derniers ne prêteraient pas une attention suffisante aux mobilisations conservatrices. Quand ils s'y intéressent, ce serait pour en donner des comptes-rendus biaisés, au détriment des causes alors défendues. Confrontés à des médias considérés comme hostiles car instruments du « système », Internet apparaît aux conservateurs comme un espace sur lequel ils peuvent pleinement exercer leurs libertés. C'est dans cette perspective que les sites Internet et les réseaux sociaux numériques (RSN) sont mis à profit pour exposer et diffuser une vérité estimée dissimulée. L'« évangélisme numérique » dont traite Jen Schradie désigne alors les mobilisations informationnelles initiées par l'extrême droite, reposant sur l'action conjuguée de sites spécialisés, dont Breitbart News est certainement l'exemple le plus saillant, et d'individus et de groupes diffusant leurs informations en ligne. Ce travail s'intéresse à un phénomène similaire, mais sur le terrain français.

C'est donc à une dimension singulière de l'extrême droite extra-partisane que se consacre cette thèse : les mobilisations informationnelles. Celles-ci ne constituent pas une nouveauté : la contre-culture défendue et promue par cette tendance politique s'appuie en effet historiquement sur la presse (Camus, 1996 ; Camus et Monzat, 1992). Jean-Yves Camus et René Monzat ont publié au début des années 1990 un important travail de recension et de qualification des multiples revues, journaux et bulletins publiés par l'extrême droite. Ils identifient ainsi à près de 500 titres, d'importances variables. Certains sont diffusés à l'échelle nationale et intégrés à des réseaux de distribution grand public, quand d'autres sont tirés à un nombre très réduit d'exemplaires et leur diffusion est confidentielle. Une des principales plumes de l'extrême droite de l'après-guerre compte de son côté 81 publications majeures à la fin des années 1990, et estime que « [leur] tirage total atteint probablement le million d'exemplaires² ». Le chiffre annoncé peut être questionné, il n'empêche que la production est indubitablement riche. Les médias

² Henry Coston, *Mes années de lutte contre l'imposture. Petit dictionnaire de la presse libre*, Publications Henry Coston, 1997, p. 18.

d'extrême droite ne se limitent en outre pas aux formats imprimés et concernent aussi les formats audiovisuels. *Radio Courtoisie*, initialement présentée comme une station ayant pour objet d'accueillir les voix représentatives des différentes tendances des droites françaises, s'est ainsi imposée comme une plateforme de choix pour l'extrême droite française (Lecœur, 2007). Internet a constitué une opportunité discursive nouvelle pour l'ensemble de ces acteurs. L'abaissement des coûts de production et de diffusion ainsi que l'allègement des contraintes éditoriales leur a indéniablement profité. Les médias d'extrême droite déjà existants (*Radio Courtoisie, Présent, etc.*) ont développé une présence en ligne, leur permettant d'être moins dépendants des modalités traditionnelles de diffusion, et donc plus facilement accessibles. Dans le même temps, l'apparition de nouveaux acteurs a été favorisée et il a été possible d'observer en France une dynamique similaire à celle observée dans plusieurs pays occidentaux : la multiplication des sites Internet critiquant les médias conventionnels et cherchant à proposer une autre narration de l'actualité. Les sociologues Dominique Cardon et Fabien Granjon apportent dans leur ouvrage *Médiactivistes* un constat similaire à celui apporté par Jean-Yves Camus et René Monzat : il existe une « galaxie dense et active de mobilisations informationnelles d'extrême droite » (Cardon et Granjon, 2010, p. 8). Ils choisissent cependant de les écarter de leur étude des mobilisations informationnelles, arguant que leur étude nécessiterait d'employer un cadre analytique drastiquement différent de celui qu'ils emploient dans leur analyse. Ce postulat nécessite d'être réévalué. Contrairement aux deux sociologues, et en m'inspirant du texte d'Éric Agrikoliansky et Annie Collovald, j'applique « aux mobilisations conservatrices [en ligne] les mêmes outils d'analyse qu'aux mobilisations progressistes » (2014, p. 16). De cette manière, les mobilisations informationnelles peuvent être étudiées d'une manière normalisée, c'est-à-dire en ne se concentrant pas sur les seuls discours tenus par les acteurs impliqués. D'autant que les notions les plus fréquemment invoquées conduisent plus souvent à disqualifier ces productions discursives qu'à les qualifier : « fake news », « théorie du complot », « discours de haine », *etc.* La position défendue dans ce travail est que la référence à ces notions doit constituer un résultat – le cas échéant – et non un point de départ dans l'étude des mobilisations informationnelles d'extrême droite. Un regard *normalisé* constitue aussi une invitation à prendre au sérieux le phénomène et à l'étudier à l'aide des outils ordinairement employés dans la

recherche (Crépon, Dézé *et al.*, 2015). Il s'agit ici, concrètement, de mobiliser la variété de travaux, essentiellement en langue anglaise, relevant des *alternative media studies* et de la contestation du « pouvoir médiatique » (Atton, 2002, 2004 ; Atton et Hamilton, 2008 ; Couldry et Curran, 2003 ; Holt, 2019). Ceci m'apparaît en effet être la condition *sine qua non* permettant d'observer d'éventuelles similarités entre mobilisations informationnelles conservatrices et progressistes, mais surtout les lignes de fractures qui existent entre elles.

L'approche proposée par Kristoffer Holt (2019) apparaît à cet égard particulièrement intéressante : pour lui, le caractère alternatif des médias d'information doit s'apprécier en relation avec ce que les acteurs impliqués considèrent comme la manière hégémonique de (re)présenter l'actualité. Une telle approche relationnelle invite à prendre note de ce que les acteurs impliqués se représentent comme des failles dans les standards *mainstream*, et à observer les correctifs qu'ils souhaitent y apporter. C'est l'analyse qui est à même d'évaluer le positionnement des médias, en plaçant leurs pratiques dans un continuum allant du *mainstream* à l'alternatif. Pour ce faire, sept dimensions peuvent être retenues, inspirées de la synthèse proposée par Benjamin Ferron dans sa thèse (2012). Elles permettent de distinguer les médias conventionnels, ou *mainstream* (Tableau 1), qui œuvrent au renforcement du *statu-quo* et les médias alternatifs qui rompent avec les « manières dominantes, convenues (et acceptées) de faire média » (Atton, 2004, p. ix, je traduis)

	Médias <i>mainstream</i>	Médias alternatifs
Type d'organisation	Entreprise du secteur privé ou du secteur public	Association ou collectif informel
Sources de financement	Vente, Publicité, Aides publiques	Auto-financement, Limitation de la publicité, Limitation des aides publiques
Statut des producteurs de contenus	Journalistes	Amateurs : citoyens, membres de communautés, activistes et fans.
Fonctionnement interne	Hierarchies formelles – Organisation verticale	Limitation des hierarchies formelles – Organisation horizontale
Ligne éditoriale	Proximité avec les élites et reproduction de l'idéologie dominante. Homogénéité des informations. Spectacularisation et logiques du <i>scoop</i>	Proximité avec les minorités et les populations subordonnées. Multiples points de vue et informations inédites
Circuit de diffusion	Espace commercial	Espaces indépendants du marché
Forme de la communication	Communication instrumentale : le message est imposé au récepteur	Communication participative : des interactions sont instaurées entre émetteur et récepteur

Tableau 1 : Sept dimensions permettent de distinguer les médias alternatifs des médias *mainstream*

Quand bien même ils n'y consacrent pas de développement, Dominique Cardon et Fabien Granjon soulignent que les « médias d'extrême droite ont aujourd'hui trouvé sur Internet un nouveau terrain de déploiement (2010, p. 8) ». Pour autant, force est de constater que les travaux traitant du médiactivisme numérique mis en place par l'extrême droite française sont pour l'heure peu nombreux.

Si des travaux portant sur la mouvance identitaire mentionnent en effet la création de *Novopress*, « agence de presse » du mouvement ayant pour objet de « réinformer » les internautes (Bouron, 2014, 2017 ; Cahuzac et François, 2013), ce n'est que depuis le milieu des années 2010 que des travaux portent spécifiquement

sur les médias dits de « réinformation³ ». Comme cette appellation le suggère, les acteurs qui s'en réclament se proposent comme des correctifs venant rétablir une vérité qui serait dissimulée par les acteurs conventionnels de l'information (Mansour, 2019). Cette étiquette est donc l'appellation indigène privilégiée par le segment de l'extrême droite française dont les actions militantes répondent aux logiques de l'« évangélisme numérique » identifiées par Jen Schradie.

Quelques études empiriques portent sur des acteurs identifiés du médiactivisme de réinformation, entendu dans ce travail comme l'ensemble des *mobilisations sociales d'extrême droite qui orientent leur action collective vers la critique des médias dominants et/ou la mise en œuvre de dispositifs alternatifs d'information*. Il s'agit en premier lieu de monographies permettant de revenir sur les stratégies qu'ils développent et les discours qu'ils tiennent en ligne. Le site suisse *Les Observateurs* créé par un universitaire spécialiste des médias entend ainsi proposer une vision de l'actualité libérée de la *pensée unique* (Jammet et Guidi, 2017). Cette prétention permet la tenue d'un discours d'extrême droite reposant sur trois piliers. D'abord, la dénonciation de la *pensée unique*, et des médias accusés d'en être responsables. Ensuite, l'obsession pour la question identitaire. Finalement la dénonciation de l'altérité, que celle-ci soit intérieure ou extérieure. Ainsi articulée, la dénonciation des médias par *Les Observateurs* doit être entendue comme l'occasion pour ses animateurs de déployer une rhétorique xénophobe et antiélitiste. Le site *Égalité et Réconciliation (E&R)* se décrit de son côté comme le « premier site de réinformation français » et occupe une position centrale dans le territoire des extrêmes droites francophones en ligne (Froio, 2017). L'association est à la fois une organisation politique (originellement liée au Front national à sa création en 2007, et aujourd'hui indépendante du parti) et une offre médiatique, le site proposant des articles mais aussi et surtout des vidéos dans lesquelles discourt longuement le créateur et porte-parole d'E&R, Alain Soral. L'étude de ces discours révèle la dimension complotiste – ici, clairement teintée d'antisémitisme – que peut revêtir la prétention à la production d'une actualité alternative, ou à la relecture de l'actualité (Raymond, 2021). Toutes les interventions filmées d'Alain Soral reposent ainsi sur la même logique :

³ Des guillemets sont ici employés pour introduire ces termes qui font l'objet des développements de cette thèse, ils sont cependant abandonnés dans les prochaines occurrences, notamment pour alléger la graphie.

« tout phénomène collectif, bien que local et contingent, nécessite d'être articulé au mécanisme global de la domination sioniste, afin de révéler sa signification » (Collectif des 4, 2018, p. 58).

Comme dans le cas du site *Les Observateurs* précédemment mentionné, l'offre d'information alternative est associée chez *E&R* à une présentation du social dans laquelle un groupe ethnique essentialisé et idéalisé (le Français) est menacé par une communauté fantasmée. Seule différence ici, la figure représentant l'altérité honnie ici n'est pas musulmane, mais juive. Ces deux études éclairent en partie le rôle de la production alternative d'information à l'extrême droite : affaiblir la légitimité des médias généralistes, qualifiés de bien-pensants, et imposer une lecture de l'actualité articulée autour d'identités – nationales, ethniques et culturelles – essentialisées.

Site Internet extrêmement fréquenté et répondant aux mêmes logiques, *Fdesouche* a aussi fait l'objet d'une étude. Il s'agissait notamment pour son auteure (Lukasik, 2018) de qualifier ses pratiques éditoriales. Quand David Doucet, journaliste et co-auteur de *La fachosphère* (Albertini et Doucet, 2016), présente les animateurs du site comme les « meilleurs journalistes de liens de France », Stéphanie Lukasik résume leur activité par la formule suivante : « copier, coller, couper ». En effet, les contenus proposés par le site, et notamment repris auprès des médias dominants, sont le résultat de sélections précises permettant de ne représenter qu'une seule des dimensions traitées dans les articles et vidéos originaux. Cette activité de sélection permet aux médiaactivistes de représenter la France comme soumise à trois principales menaces : l'insécurité, l'islam et l'immigration.

Parallèlement à ces études monographiques, des études plus surplombantes ont aussi été proposées. Charlotte Blanc pour qui l'étude des sites et blogs de réinformation est l'aboutissement d'une réflexion portant sur la présence du catholicisme traditionaliste en ligne en propose les éléments de définition suivants : la réinfosphère serait un segment de la blogosphère d'actualité s'appuyant sur « un objectif de relecture de l'actualité à la lumière de la tradition catholique » (Blanc, 2016, p. 13). Ainsi,

« leur raison d'être se retrouve dans la conviction d'une domination médiatique et politique incarnée par les grands médias, perçus comme étant de gauche et infiltrés par la franc-maçonnerie. Ceux-ci produiraient une information erronée en vue de servir leurs propres intérêts, impliquant la nécessité de produire une "contre" information.

La réinformation constitue donc une dynamique de lutte contre la désinformation idéologique volontaire attribuée aux médias dominants ; il ne s'agit de rien moins pour les acteurs traditionalistes du web que de "rétablir la vérité", dans une perspective de "salut" social » (Blanc, 2016, p. 15).

Cette perspective constitue l'argument principal de sa thèse de doctorat (Blanc, 2018). Si ce travail permet certains éclaircissements quant au médiactivisme de réinformation, il comprend aussi des limites devant être mentionnées. L'entrée par le traditionalisme y est en effet prolongée, et n'est pas interrogée, réduisant *de facto* l'exigence de réinformation des acteurs étudiés à la volonté d'offrir une actualité conforme aux exigences d'une intransigeance religieuse. Ce postulat pourrait apparaître pertinent, il n'empêche que la présence de certains sites et blogs en entame la justesse. Il est en effet surprenant d'observer *Novopress*, site ayant la prétention de représenter une agence de presse pour le mouvement identitaire en France, rangé dans un ensemble de sites ayant en commun

« la volonté de fournir de l'information, une information de nature essentiellement religieuse, sous un angle, a priori, journalistique » (Blanc, 2018, p. 199, je souligne).

Ainsi, la typologie qu'elle développe, distinguant « blogs traditionalistes de réinformation », « blogs réinformationnels traditionalistes » et « blogs de réinformation d'affinité traditionaliste » pourrait être précisée. Par ailleurs, l'auteure concentre l'analyse des informations produites par les sites et blogs de son corpus aux thématiques suivantes : opposition au Mariage pour Tous, opposition à l'enseignement de la « théorie du genre » et opposition au féminisme. Ces préoccupations sont légitimes au vu des mobilisations ultra-conservatrices⁴ ayant eu lieu dans les années précédant sa recherche. Elles mettent cependant de côté certaines thématiques pourtant récurrentes sur ces sites et blogs et notamment les craintes relatives à l'islam et à l'immigration, que les travaux précédemment mentionnés permettent de souligner. De même qu'elles excluent par principe l'ensemble des thématiques qui pourraient être traitées par ces médias à la surprise du chercheur. En dernier lieu, Charlotte Blanc propose une réflexion présentant la réinformation comme appareil critique (Blanc, 2018, p. 289-356). Elle invite dans

⁴ Je désigne de cette manière les mobilisations ayant agrégé extrême droite et droite conservatrice à compter du milieu des années 2010, engagées dans la dénonciation du libéralisme culturel et de l'ouverture de nouveaux droits aux populations minorisées (Boltanski et Esquerre, 2014 ; Corcuff, 2019).

ce cadre à étudier les productions de Jean-Yves Le Gallou, dont les journalistes Dominique Albertini et David Doucet ont souligné le rôle dans le développement de la réinformation. Pour autant, cette étude pose deux problèmes. Tout d’abord, Charlotte Blanc note que Jean-Yves Le Gallou n’associe pas la pratique de la réinformation au catholicisme, constat qui devrait appeler à une remise en question du postulat ayant présidé à son analyse. Ensuite, son étude repose essentiellement sur les « Douze thèses pour un gramscisme technologique⁵ », texte certes central – je le souligne dans mon premier chapitre – mais qui nécessite d’être inséré dans l’ensemble des productions doctrinales produites par Jean-Yves Le Gallou et sa fondation Polémia.

Aussi ce travail peut-il constituer une base de réflexion intéressante, sous condition de prendre en compte les limites exposées ci-dessus et de les dépasser. Mon appréhension du médiactivisme de réinformation s’est aussi appuyée sur un mémoire de Master 2 consacré à l’énonciation de la vérité aux marges du champ journalistique (Vauchez, 2018). Quand Charlotte Blanc présentait la réinformation comme l’apanage des milieux catholiques, Ysé Vauchez la présente plutôt comme un héritage des combats de la Nouvelle droite. Je prolonge cette perspective à travers l’analyse des productions de la fondation de Polémia sur une dizaine d’années (Chapitre 1). Inspirée par l’étude de Caterina Froio (2017), Ysé Vauchez réalise une analyse de réseau permettant de dégager certains sites et blogs bénéficiant d’une centralité forte, et émet l’hypothèse que le réseau ainsi constitué pourrait être subdivisé en sous-communautés soudées. Mon deuxième chapitre, dans lequel je m’appuie sur une analyse de réseau permettant de dégager algorithmiquement des communautés thématiques pertinentes, a justement pour objet de confirmer cette hypothèse. Son mémoire observe finalement la manière dont les sites et blogs de réinformation se présentent aux internautes. La compréhension des projets éditoriaux défendus par les médiactivistes nécessite de prendre compte des reproches adressés aux médias dominants. En effet, la réinformation se propose comme le miroir inversé des médias conventionnels. Ceux-ci sont présentés comme homogènes, soumis aux pouvoirs politiques et économiques, élitistes et immoraux. À ce titre, ils imposeraient une vision du monde aliénante. Au contraire, les médias

⁵ Jean-Yves Le Gallou, « Douze thèses pour un gramscisme technologique », *Polémia*, 1^{er} novembre 2008. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1763>.

de réinformation sont représentés comme originaux, libres et indépendants, éthiques, intègres, donnant la parole au peuple et à ses aspirations. Ainsi fourniraient-ils une information aux vertus émancipatrices. Les médiactivistes de réinformation revendiquent par ailleurs l'adoption d'une démarche journalistique, en faisant explicitement référence à l'information, au sérieux, à l'investigation, l'analyse, etc. Dès lors, il convient d'étudier ces sites et blogs comme caractérisés par une tension entre posture militante idéologisée et pratiques répondant à une certaine éthique professionnelle. Cette tension, qui est au cœur de la pratique des médiactivistes, constitue le fil directeur de cette thèse.

Le développement d'un médiactivisme d'extrême droite caractérisé par un recours important aux nouvelles technologies de l'information et de la communication n'est pas un phénomène limité à l'hexagone, ni même aux pays francophones. De fait, l'émergence de médias se réclamant d'une double légitimité, à la fois informationnelle et militante concerne différentes aires géographiques, comme l'a notamment illustré la publication d'un numéro du *Journal of Alternative and Community Media* consacré à la question en 2019. Les travaux portant sur les États-Unis et les pays scandinaves sont nombreux et ont alimenté ma réflexion (Barnidge et Peacock, 2019 ; Haller, Holt *et al.*, 2019 ; Holt, 2018, 2019 ; Ihlebæk et Nygaard, 2021 ; Nygaard, 2019, 2020 ; Rae, 2021 ; Thorbjørnsrud et Figschou, 2022). Parmi la variété de qualifications employées pour se référer aux médiactivistes d'extrême droite dans ces textes, celle de contre-média (Noppari, Hiltunen *et al.*, 2019) m'est apparue être la plus intéressante pour se référer à mon terrain. La notion est en effet employée pour renvoyer aux sites finlandais ayant pour ambition de construire des contre-publics, et dont l'activité repose en premier lieu dans la sélection et l'interprétation d'informations issues des médias *mainstream*. Pour les auteurs de cette étude, le recours à de tels procédés éditoriaux – qu'on retrouve en France, par exemple chez *FdeSouche* (Lukasik, 2018) – induit une dépendance des médiactivistes à l'égard des médias *mainstream*. Ils occuperaient à ce titre une position subalterne (Fraser, 2001 ; Warner, 2010) et leur production est réactive, c'est-à-dire éminemment dépendante des discours conventionnels sur l'actualité. Aussi, j'emploierai l'expression de contre-média pendant les développements de ce travail pour désigner les différentes initiatives relevant du médiactivisme de réinformation. La conclusion sera cependant l'occasion de

discuter cette notion et d’y apporter des amendements à l’aune des apports de cette thèse.

Un cadre théorique interactionniste : le médiactivisme de réinformation comme « monde social »

Ce travail relève des sciences de l’information et de la communication (SIC). Conformément à la tradition qui a présidé à l’institutionnalisation de la discipline (Boure, 2014 ; Miège, 2000), il se réclame d’une pratique de l’interdisciplinarité qu’il convient d’explicitier. Organisations économiques, politiques, sociales et symboliques (Rieffel, 2005), les contre-médias font évidemment partie des objets relevant des SIC. La perspective adoptée ici conduit aussi à l’emploi et à la discussion de notions et de méthodes issues de la sociologie – en premier lieu, de la sociologie du journalisme et de la sociologie de l’engagement – et de la science politique. La cohérence de cette approche s’appuie sur la revendication d’un cadre théorique principal, celui de la sociologie interactionniste. L’approche en termes de mondes sociaux me paraît en effet propice à l’étude de l’ensemble des activités de critique des médias dominants et d’animation de contre-médias dans lesquelles sont engagés les acteurs de la réinformation. Reste cependant à préciser les contours de ce que je désigne par l’expression, qui renvoie plus à un cadre de réflexion qu’à un concept univoque et figé (Langonné, Lewis *et al.*, 2019).

Pour Tamotsu Shibutani (1955), les sociétés modernes sont caractérisées par la déterritorialisation de la culture, des individus pourtant géographiquement éloignés pouvant partager des perspectives communes par l’emploi de moyens de communication. Les mondes sociaux consistent ainsi pour l’auteur en des aires culturelles, dont les frontières ne sont pas territoriales ou liées à des processus formels d’adhésion, mais fixées par la communication effective entre les individus⁶. Ceux-ci appartiennent généralement à différents mondes sociaux, en fonction de leurs professions, de leurs passions et loisirs, de leurs sexualités, etc. Tamotsu

⁶ « Each of these worlds is a unity of order, a universe of regularized mutual response. Each is an area in which there is some structure which permits reasonable anticipation of the behavior of others, hence, an area in which one may act with a sense of security and confidence. Each social world, then, is a culture area, the boundaries of which are set neither by territory nor formal group membership but by the limits of effective communication » (Shibutani, 1955).

Shibutani emprunte à Georges Herbert Mead (2000) la notion d'univers de discours⁷, signifiant par-là que chaque monde social est un espace d'entendement mutuel caractérisé par un jeu singulier de normes de conduite et de valeurs, une échelle de prestige, *etc.* Ainsi, le sens conféré à certains termes, symboles et actions permet de singulariser et de distinguer un monde social. Tamotsu Shibutani insiste de plus sur le caractère dynamique des mondes sociaux, qui ne sont pas figés et sont engagés dans changements constants. Anselm Strauss (1978, 1992) partage et prolonge ces idées : chaque groupe s'appuie sur des significations et des terminologies spécifiques, que chaque individu doit incorporer pour participer aux activités collectives qui s'y développent. Son texte de 1978, « A social world perspective », poursuit cette réflexion en invitant la recherche à inclure les dimensions concrètes dans lesquelles se matérialisent les univers de discours et la symbolisation partagée par les membres d'un même monde social. Chaque monde social est pour lui structuré autour d'une activité principale, de sites sur lesquels est conduite cette activité, de technologies qui permettent de véhiculer cette activité et finalement par une organisation, soit une formalisation des modes de division du travail. Comme Tamotsu Shibutani avant lui, il insiste sur le caractère dynamique des mondes sociaux (Strauss, 1982, 1984), qui sont agités par des segments, ou *subworlds*, qui se distinguent les uns des autres par les zones géographiques dans lesquelles ils exercent leur activité, par l'emploi de certaines technologies, par des différences idéologiques, *etc.* Chaque monde consiste donc en un ensemble bouillonnant au sein duquel des *subworlds* eux-mêmes engagés dans des redéfinitions constantes de leurs identités se rencontrent, se chevauchent parfois, et cherchent à se distinguer des autres en revendiquant une légitimité propre.

La référence au monde de l'art chez Howard Becker (1983, 2010) est à distinguer de celle aux mondes sociaux, même si Strauss et Becker sont tous des deux représentants de l'interactionnisme symbolique, le premier correspondant à une aire d'activité plus ou moins stabilisée quand les seconds renvoient à des aires culturelles (Hammou, 2012). Howard Becker ne cherche pas à étudier une culture, et la

⁷ « This universe of discourse is constituted by a group of individuals carrying on and participating in a common social process of experience and behavior, within which these gestures or symbols have the same or common meanings for all members of that group, whether they make them or address them to other individuals, or whether they overtly respond to them as made or addressed to them by other individuals. A universe of discourse is simply a system of common or social meaning » (Mead, 2000, p. 89-90).

communication effective entre les acteurs qui la partagent, mais à restituer l'ensemble des chaînes de coopération nécessaires à la production des œuvres artistiques. Ce faisant, un monde de l'art est défini comme l'ensemble « des individus et des organisations qui produisent les événements et les objets qui sont définis comme étant de l'art par ce monde » (Becker, 1983, p. 404). L'approche promue consiste alors à ne pas concentrer l'analyse sur le travail des seuls artistes, mais à inclure les différents acteurs qui, en concourant à leur production, à leur diffusion et à leur valorisation, permettent aux productions artistiques d'être formalisées et de toucher un public. L'œuvre réputée individuelle est alors présentée comme le produit d'une coopération entre l'artiste, en charge de l'activité cardinale (la conception de l'œuvre) et le personnel de renfort permettant à l'idée de l'artiste de gagner une forme concrète. Cette coopération d'acteurs variés suppose alors l'existence de conventions, distribuant les tâches et les responsabilités et facilitant leur coordination.

J'approche ici le monde de la réinformation en suivant la synthèse des travaux d'Anselm Strauss et Tamotsu Shibutani proposée par Daniel Cefaï : « une zone de mœurs, d'usages ou de coutumes partagées [qui] n'est pas d'un seul tenant. » (2015, §12). En insistant sur les différents segments qui peuplent et travaillent chaque monde social, Daniel Cefaï insiste sur le fait que les aires culturelles peuvent être agitées par des conflits, des compétitions, des disputes et des divisions. La reconnaissance d'une pluralité de vues et d'intérêts au sein d'un même monde social permet donc de reconnaître et de souligner la présence d'acteurs variés représentant les différentes tendances et mouvances constitutives de l'extrême droite française. L'approche processuelle qui est au cœur du travail d'Anselm Strauss est aussi soulignée par le sociologue quand il présente les mondes sociaux comme « des milieux d'expérience et d'activité collective où des perspectives se sont stabilisées » (*ibid.*, §38). Ce point rencontre les préoccupations qui portent ce travail, une partie des développements ayant pour objet de comprendre la manière dont se sont alignées des perspectives afin de faire émerger un univers de discours dédié à la dénonciation des médias dominants (Chapitre 1).

Le monde de la réinformation que je propose d'étudier correspond donc en premier lieu à une aire culturelle. En privilégiant une approche inspirée des cadres théoriques posés par Tamotsu Shibutani et Anselm Strauss, il s'agit donc d'étudier des acteurs

engagés dans une activité commune, le médiactivisme de réinformation, et ayant édifié une culture articulée autour de la dénonciation des médias et de la promotion de contre-discours relatifs à l'actualité. Il n'est cependant pas question d'écarter d'un revers de la main l'approche d'Howard Becker, notamment eu égard à la place que ce dernier reconnaît aux chaînes de coopération, au personnel de renfort et au public. L'aire culturelle que représente le monde de la réinformation abrite en effet plusieurs aires d'activité distinctes, caractérisées par leurs propres chaînes de coopération et productions : l'édition et l'animation de contre-médias de réinformation, la publication d'ouvrages, l'organisation d'évènements. Véhicules de cette culture commune, les productions issues de ces trois aires d'activités sont intégrées au travail et l'approche d'Howard Becker se révélera à ce titre précieuse, et ce en particulier dans les chapitres 5 et 6.

Problématique et hypothèses

Ma recherche articule deux niveaux de problématique, le second étant dépendant du premier. Il s'agit tout d'abord pour moi d'apporter des connaissances nouvelles sur un objet relativement délaissé par la littérature scientifique : le médiactivisme de réinformation. Cette ambition se révèle en outre extrêmement compatible avec la portée descriptive qui est au cœur de la notion de monde social, ayant pour objet de souligner la dimension collective de certaines productions, et ici de productions médiatiques. La première question à laquelle je souhaite répondre est ainsi la suivante : qu'est-ce que la réinformation et comment s'organise ce monde social singulier⁸ ? Cette interrogation ouvre la voie à une variété de questions permettant de mieux appréhender ce monde social : quelles sont les idées défendues par les médiactivistes ? Quelles sont les organisations relevant de la réinformation ? Qui sont les médiactivistes et quels sont les processus qui les amènent à s'engager auprès des contre-médias ? Quelles sont leurs pratiques ? Le second niveau de problématique découle du premier et repose sur une volonté de montée en généralité. Il invite à s'interroger, d'une manière plus large, aux formes extra-partisanes de

⁸ Il faut ainsi comprendre que le travail se concentre sur la question de la production - et non de la réception - des contre-discours de réinformation. Sur ce pan ici laissé de côté et les enjeux qu'il soulève, voir notamment le texte « Populist Attitudes and Selective Exposure to Online News » (Stier, Kirkizh *et al.*, 2020).

l'extrême droite contemporaine (Veugelers et Menard, 2018), et à observer la manière dont Internet constitue une ressource pour cette dernière. Dans un contexte de banalisation des idées, des référents et des symboles d'extrême droite (Corcuff, 2020 ; Matonti, 2021 ; Miller-Idriss, 2017 ; Mudde, 2019), comment Internet est-il employé par l'extrême droite pour développer une contre-culture ayant une valeur oppositionnelle ? Ici, la notion de contre-discours présente un véritable intérêt en ce qu'elle permet de désigner les propositions qui, par-delà l'expression de dissensus et de désaccords, cherchent à imposer de nouvelles représentations du monde. Marc Angenot insiste dans le même temps sur le fait que ces constructions discursives sont aussi faites d'emprunts aux représentations dominantes à partir desquels les locuteurs bricolent de nouvelles significations (1989). Dans la lignée d'études précédemment conduites sur les formes culturelles de l'extrême droite française et européenne (Casajus, 2015 ; Miller-Idriss, 2017, 2020), il s'agira donc d'observer la manière dont ce jeu d'emprunts et de subversion est encouragé par l'emploi d'Internet.

La littérature relative à la réinformation, ainsi qu'aux médias alternatifs m'a permis de dégager deux questions de recherche, et six hypothèses qui ont guidé ce travail. Les développements de cette thèse ne s'y limitent cependant pas. La conclusion permettra donc de revenir sur ces hypothèses, mais aussi sur les apports nouveaux que la notion de monde de la réinformation permet d'introduire.

Question de recherche n°1 : quelle est la nature du reproche opposé aux médias dominants, justifiant le développement de la critique de réinformation ?

La critique des médias se limite rarement à la seule question médiatique : elle s'insère généralement dans une perspective plus large, une critique de l'ordre social dominant (Couldry et Curran, 2003). Pour nombre de groupes et mouvances progressistes, c'est notamment l'économie de marché qui est attaquée via la critique des médias, à travers la dénonciation de la présence au capital des entreprises de presse de grands groupes industriels et financiers. Il convient d'interroger la présence et l'importance d'une pareille thématique au sein de la critique de réinformation. La littérature traitant de la critique des médias à l'extrême droite tend par ailleurs à converger sur le fait qu'elle se cristallise autour de la question d'un traitement biaisé des actualités relatives à l'immigration, l'islam et l'insécurité

(Figenschou et Ihlebæk, 2018 ; Lukasik, 2018). Les médias alternatifs d'extrême droite en ligne développeraient en outre une obsession pour les thèmes identitaires et une volonté farouche de dénoncer les différentes formes d'altérité (Jammet et Guidi, 2017).

H1 : la critique de réinformation concerne le contrôle économique des médias par des « puissances » industrielles et financières.

H2 : la critique des médias concerne les positionnements politiques et idéologiques des journalistes, jugés complaisants avec des identités essentialisées, jugées menaçantes pour l'identité française.

Ysé Vauchez (2018) observe dans son étude des descriptions de 50 sites de réinformation que ces derniers présentent généralement leurs projets éditoriaux comme un miroir inversé des reproches adressés aux médias dominants. Ces derniers seraient homogènes, soumis aux pouvoirs économiques et politiques, élitistes et immoraux, imposant une vision du monde aliénante, quand les médias de réinformation seraient originaux, libres, indépendants et intègres, donnant la parole au peuple et exprimant ses aspirations pour fournir une information aux vertus émancipatrices. Les reproches adressés aux médias par l'extrême droite imposent en outre la représentation des médias comme menteurs et dissimulateurs (Mansour, 2019 ; Riebling et Von der Wense, 2019).

H3 : la critique des médias est la critique d'une pensée unique médiatique / d'une propagande médiatique qui conduirait les médias à dissimuler la réalité à leurs audiences.

Question de recherche n°2 : les valeurs et les pratiques revendiquées par les médiactivistes de réinformation les distinguent-elles des journalistes travaillant pour les rédactions de médias dominants ?

Pour Chris Atton (2002), les médias alternatifs permettent à des individus ne bénéficiant pas d'un accès routinisé aux médias de faire entendre leurs voix et leurs vues. Ceci se traduit tout d'abord par le fait que les individus animant ces médias peuvent ne pas bénéficier du statut de journalistes. De la même manière, les médias alternatifs peuvent être participatifs, brouillant les frontières entre la figure du rédacteur et du lecteur. Cette perspective est facilitée par l'emploi des outils

numériques sur lesquels s'appuient les réinformateurs. Elle est de plus cohérente avec l'anti-élitisme observé par l'essentiel de la littérature dans les discours des extrêmes droites relatifs aux médias.

H4 : les médias de réinformation ont pour objet de porter une parole profane sur l'actualité.

Chris Atton constate que les journalistes travaillant au sein de médias alternatifs tendent à recourir à des sources « non-officielles », qui deviennent les définisseurs primaires influençant la sélection des sujets et leur traitement. Dans cette perspective, les cadrages primaires et secondaires des médias alternatifs seraient autonomes du traitement de l'actualité par les médias dominants. Cependant, des études consacrées à la critique des médias à l'extrême droite amènent à relativiser cette autonomie. En effet, Haller et Holt (2019) constatent que les pages Facebook du mouvement Pegida – dont la rhétorique n'est pas avare de références aux « médias menteurs » – renvoient vers des productions de médias dominants dès lors que celles-ci permettent d'asseoir les représentations identitaristes⁹ des sympathisants. De la même façon, Lukasik (2018) remarque que l'offre d'actualité du site FdeSouche consiste essentiellement en une ré-éditorialisation d'articles et de vidéos produits par des médias dominants. L'auteure observe que cette ré-éditorialisation passe notamment par le changement de certains termes dans les titres, ainsi que par la suppression de certains développements, permettant de ne représenter qu'une seule dimension du problème traité dans l'article original.

H5 : l'agenda réinformateur est caractérisé par une faible autonomie, les productions des médias de réinformation étant essentiellement des commentaires (ou des reformulations) de productions des médias dominants.

Comme le notent Holt, Figenschou et Frischlich (2019), le caractère alternatif de contenus réside notamment dans les interprétations des faits sociaux traités. Le vocabulaire et le ton employés sont alors des dimensions cruciales de ce cadrage secondaire. Alice Krieg-Planque (1999) remarque justement que le lexique de la presse d'extrême droite est singulier, faisant une part belle aux néologismes, aux

⁹ Suivant les réflexions de Philippe Corcuff à ce sujet, je renvoie par cette expression aux schèmes « dessinant des identités compactes, figées et fermées » (2019).

injures, aux déformations et aux jeux de mots. Il s'avère par ailleurs que la Nouvelle droite, dont Ysé Vauchez a souligné l'influence sur le médiactivisme de réinformation, a placé le vocabulaire au cœur de son action culturelle, empruntant certains termes à ces adversaires idéologiques (Taguieff, 1984b) et refusant l'emploi d'autres, jugés trop idéologisés (Lamy, 2016 ; Matonti, 1993).

H6 : c'est par le vocabulaire et le ton employés pour décrire l'actualité que les productions des acteurs du monde de la réinformation se distinguent en premier lieu de celles des journalistes des médias *mainstream*.

Matériaux et méthodes

J'ai recours dans ce travail à des méthodes mixtes, dans une logique de complémentarité (Aguilera et Chevalier, 2021). Il s'agit en effet pour moi d'aborder un même objet, le médiactivisme de réinformation à travers plusieurs questions de recherche, chacune étant développée dans un chapitre singulier. Ainsi sont employées des méthodes de natures diverses sur des matériaux variés : analyse de réseau (Chapitre 2), codage de corpus et production de statistiques descriptives (Chapitres 3 à 6), analyse qualitative d'entretiens avec les médiactivistes (Chapitre 7). Le principe de « pluralité dans l'outillage argumentatif » (Bastin, 2003, p. 39) est, je pense, à même de faire dialoguer approches macro, méso et microsociologiques et ainsi de mieux éclairer les principes qui régissent et structurent le monde de la réinformation. Il convient cependant de noter que ce travail se distingue des quelques productions universitaires qui y sont consacrées – à l'exception du mémoire d'Ysé Vauchez (2018) – en ce qu'il s'appuie en grande partie sur des données qualitatives recueillies à travers des observations hors-ligne et des entretiens conduits avec les médiactivistes.

L'appui sur ces données est évidemment le produit de l'adoption d'un cadre théorique inspiré de la sociologie interactionniste. C'est pour cette raison que j'ai assisté à plusieurs mobilisations internes¹⁰ (Venner, 2006) à compter de 2018, parce qu'elles étaient organisées par des médiactivistes, ou parce qu'elles constituaient

¹⁰ Fiametta Venner désigne par cette expression l'ensemble des événements ayant pour objet d'activer et d'entretenir une identité commune à l'extrême droite.

une opportunité de rencontrer des acteurs impliqués dans le monde de la réinformation. Un carnet de terrain m'a permis de consigner mes différentes observations permettant notamment l'identification des personnes présentes quand cela était possible et la caractérisation des interactions entre les médiactivistes présents, mais aussi entre ces derniers et leur public. Outre les moments de sociabilité ici listés, j'ai fréquenté de manière régulière la Nouvelle Librairie¹¹ entre septembre 2018 et février 2020 afin d'y identifier les revues et les ouvrages mis en vente, mais aussi parce que les librairies d'extrême droite font partie des endroits où se concrétisent et s'actualisent les affinités militantes (Birenbaum, 1992). Outre la tenue d'un cahier de notes de terrain, la fréquentation de ces espaces a aussi été l'occasion de collecter du matériel militant. À mon regret, la crise sanitaire et le confinement ont mis fin à mes observations : les mobilisations ont repris après l'été 2020 – y compris dans des espaces extérieurs à Paris échappant à l'obligation de port du masque – mais j'ai fait le choix de ne pas m'y rendre pour des raisons personnelles de santé.

¹¹ La Nouvelle Librairie est un établissement ouvert en juillet 2018, ouvert par François Bousquet, rédacteur en chef de la revue *Éléments*, à l'emplacement de l'ancienne Nouvelle Librairie Nationale (1900-1925) gérée par l'Action française, rue Médicis à Paris. Outre des livres neufs et d'occasion, la librairie vend des revues, bulletins et journaux, et accueille des rencontres avec des auteurs appartenant aux différentes tendances de l'extrême droite. Une maison d'édition du même nom a été créée à l'été 2019, dont certaines des productions sont mentionnées dans les développements à venir.

Observations de mobilisations internes

Observation 1. Forum de la dissidence, organisé par Polémia. 17 novembre 2018. Cap Event Center (Paris, 75015). Durée : une demi-journée.

Observation 2. Cérémonie des Bobards d'or, organisée par *Polémia*. 18 février 2019. Théâtre du Gymnase (Paris, 75010). Durée : 3 heures.

Observation 3. Dédicace du livre *Terminus pour le hussard*, organisée par la Nouvelle Librairie. 20 février 2019. Nouvelle Librairie (Paris, 75006) Durée : 25 minutes

Observation 4. Dédicace du livre *Le défi*, livre consacré à *TV Libertés*, organisée par la Nouvelle Librairie. 28 mars 2019. Nouvelle Librairie (Paris, 75006). Durée : 30 minutes.

Observation 5. Forum de la dissidence, organisé par Polémia. 23 novembre 2019. Cap Event Center (Paris, 75015). Durée : une demi-journée.

Observation 6. Dédicace du livre *L'album des bobards. 10 ans de fake news des médias*, organisée par la Nouvelle Librairie. 27 novembre 2019. Nouvelle Librairie (Paris, 75006) Durée : 30 minutes.

Observation 7. Cérémonie des Bobards d'or, organisée par Polémia. 24 février 2020. Théâtre du Gymnase (Paris, 75010). Durée : 3 heures.

Parallèlement, vingt-trois entretiens ont été réalisés auprès de vingt-deux enquêtés (Annexe 1). Ici aussi, la crise sanitaire a eu un effet direct sur la mise en place du dispositif d'enquête, avec le passage à des entretiens à distance, à travers le logiciel de visioconférence Skype et des échanges téléphoniques. Cette transition pose évidemment la question de l'adaptation de la méthode employée au contexte. Comme le souligne Anaïs Theviot (2021), la nature de l'échange peut être profondément affectée par la distance géographique entre l'enquêteur et l'enquêté, ce dernier pouvant alors vaquer à ses occupations en même temps qu'il répond à son interlocuteur, et pouvant mettre fin de manière abrupte à l'échange, de nouvelles obligations apparaissant de son côté. Ces situations, que j'ai rencontrées, affectent évidemment la qualité des informations recueillies, et bouleversent profondément la maîtrise de l'enquête. L'échange est de plus extrait de tout contexte et prive l'enquêteur de l'ensemble des indices extraverbaux permettant de mieux comprendre les propos de l'enquêté. Cette configuration réduit en outre considérablement les échanges une fois le dictaphone éteint et qui, même brefs, peuvent être extrêmement riches.

Quelques éclairages peuvent en outre être apportés ici, relatifs aux marges de l’entretien (Bastin, 2012), et notamment aux conditions de prise de contact avec les enquêtés. Trois modalités d’approche ont été adoptées (Figure 1). La première consistait à se rendre aux mobilisations internes mentionnées plus haut afin d’échanger avec les médiactivistes, et s’ils y consentaient, de prendre leurs coordonnées pour fixer un rendez-vous par la suite (n=7). La deuxième consistait à contacter les médiactivistes à travers les adresses mail indiquées sur leurs sites et blogs ou leurs RSN, ou bien encore les formulaires de prise de contact (n=6). La troisième consistait dans le fait de demander aux enquêtés – ainsi qu’à des connaissances personnelles – de me mettre en contact avec des médiactivistes (n=9). À ce titre, l’essentiel des prises de contact s’est fait par écrans interposés, par SMS ou par email. J’y précisais généralement l’objet du travail de thèse, mon université ainsi que les médiactivistes déjà interrogés, ces deux derniers points étant pensés comme des gages de bonne foi et de bonne volonté. Conséquence de cette prise de contact intermédiée ou de l’objet de l’étude, plusieurs des acteurs sollicités n’ont pas donné suite à mes demandes, expliquant que certaines initiatives médiactivistes ne soient pas représentées dans mes entretiens¹². Surtout, il ne m’a pas été possible de conduire des entretiens avec ceux qui occupent un rôle de personnel de renfort (Becker, 2010) dans ce monde et y apportent un concours d’ordre technique.

¹² C’est notamment le cas du « Bulletin de réinformation » de *Radio Courtoisie* ainsi que de *Breizh Info* et plus largement de plusieurs des sites identitaires locaux auxquels je consacre malgré tout des développements dans ce travail.

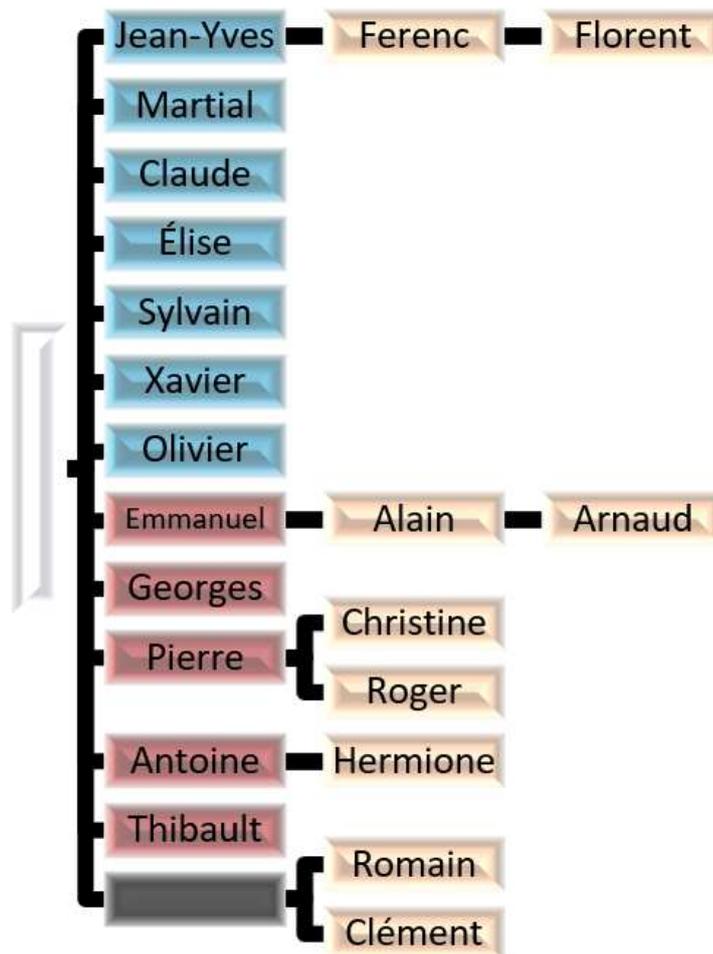


Figure 1 : Le recrutement des enquêtés s'est appuyé sur trois configurations : rencontre directe à l'occasion de mobilisations internes (en bleu), prise de contact en ligne (en rouge) et mise en relation par l'entremise d'un tiers (en orange)

Aussi les entretiens semi-directifs ont été réalisés avec deux types de médiactivistes : des individus responsables de la ligne éditoriale de site de réinformation et des contributeurs réguliers à ces derniers (Tableau 2). Dans les deux cas, la grille d'entretien a été construite en quatre temps, visant à apprécier la socialisation de ces acteurs et la façon dont ils ont rejoint le médiactivisme de réinformation, les routines de travail qui se développent au sein du média auquel ils participent, et finalement leur positionnement au sein de l'écosystème des médias de réinformation. Le premier temps est ainsi consacré à la collecte d'informations concernant les propriétés sociales des acteurs. Outre les variables sociologiques classiques (sexe, âge, profession, formation/niveau de diplôme), il s'agit d'identifier le rapport à la religion de l'individu, son rapport à la politique partisane et ses éventuels engagements partisans, associatifs ou syndicaux. Des interrogations de même type

concernent les parents de l'enquête. Le deuxième temps concerne, pour les créateurs de site de réinformation, le contexte et les conditions dans lesquels a émergé et s'est concrétisé le projet. Pour les contributeurs à ces mêmes sites, ce sont les contextes et les conditions dans lesquels ils ont rejoint les équipes éditoriales qui sont investiguées. Dans les deux cas de figure, il s'agit d'identifier les éventuelles expériences passées d'écriture dans des titres de presse, militants ou non, ainsi que l'éventuel autrui significatif ayant encouragé et permis l'entrée dans le médiactivisme de réinformation. Le troisième temps touche à l'organisation du média de réinformation auquel participe l'acteur, ainsi que les routines collaboratives qui s'y développent. L'objectif est de mieux comprendre la distribution des tâches dans la production des différents contenus (articles et vidéos), les potentielles modifications qui y sont apportées (corrections des articles, montage des vidéos, etc.), leur publication et leur mise en visibilité sur les RSN. Pour ceux des médias de réinformation qui cherchent à intégrer de nouveaux rédacteurs, il s'agit aussi d'identifier les attentes des acteurs à l'égard de ces nouveaux-entrants, qu'il s'agisse de leurs expériences d'écriture, de leurs orientations politiques et ainsi de connaître les potentielles procédures de sélection qui sont appliquées. C'est aussi à ce moment que sont interrogées les relations du médiactiviste et du média auquel il contribue avec le public, notamment à travers des questions portant sur l'usage des RSN et les interactions qui en découlent, ainsi que sur le financement du site par les dons des internautes. Finalement, le quatrième et dernier temps est consacré à l'insertion du site dans l'écosystème des médias de réinformation. Il s'agit d'identifier les relations que le site enquêté entretient avec d'autres sites de même type, et de qualifier ces liens.

Identité	Principal contre-média	Position dans le média et statut	Date	Lieu	Durée
Jean-Yves Le Gallou	Polémia	Fondateur	01.04.2019	Café	1 : 38
Jean-Yves Le Gallou	Polémia	Fondateur	19.06.2019	Café	1 : 00
Martial Bild	TV Libertés	Directeur de la rédaction et des programmes	08.04.2019	Café	2 : 52
Élise	TV Libertés	Membre de la rédaction	07.05.2019	Locaux de TV Libertés	2 : 04
Olivier	TV Libertés	Membre de la rédaction	19.09.2019	Restaurant	1 : 45
Sylvain	TV Libertés	Ancien membre de la rédaction. Piges ponctuelles.	05.12.2019	Café	1 : 33
Clément	TV Libertés	Membre de la rédaction	04.09.2020	Skype	1 : 10
Ferenc	Visegrad Post	Créateur et directeur de la publication.	25.09.2020	Skype	2 : 05
Thibault	Visegrad Post	Contributeur régulier.	07.10.2020	Skype	1 : 03
Xavier	ParisVox	Créateur et directeur de publication.	20.06.2019	Café	1 : 42
Emmanuel	Burdigala Presse	Contributeur régulier.	20.10.2020	Téléphone	0 : 58
Alain	Burdigala Presse	Créateur	29.10.2020	Téléphone	1 : 49
Arnaud	Burdigala Presse	Contributeur	17.11.2020	Téléphone	1 : 13
Georges	Nice Provence Info	Créateur	17.11.2020	Téléphone	2 : 08

Mathieu	Campus Vox	Créateur	20.11.2020	Téléphone	1 : 19
Pierre	Riposte Laïque	Fondateur. Ancien directeur de la publication. Contributeur	20.11.2020	Téléphone	1 : 45
Claude	Observatoire du Journalisme	Créateur et directeur de publication	12.10.2020	Skype	1 : 10
Antoine	L'Étudiant libre	Cofondateur	5.12.2020	Téléphone	1 : 03
Christine	Résistance Républicaine	Créatrice, directrice de publication	7.12.2020	Téléphone	1 : 06
Roger	Riposte Laïque	Contributeur régulier	10.12.2020	Téléphone	2 : 19
Hermione	L'Étudiant libre	Constitutrice	11.12.2020	Téléphone	1 : 23
Romain	Le Rouge et le Noir	Co-créateur	27.04.2021	Téléphone	3 : 00
Florent	Visegrad Post	Rédacteur	24.04.2021	Skype	2 : 45

Tableau 2 : Vingt-trois entretiens ont été réalisés avec vingt-deux enquêtés

Structure de la thèse

Comme précédemment indiqué, ce travail tâche d'articuler trois niveaux d'analyse : macrosociologique, mésosociologique et microsociologique. Ce choix fait écho aux préconisations de Kristoffer Holt (2019), qui invite à embrasser ces trois échelles afin de produire des études consacrées aux médiactivismes d'extrême droite permettant la comparaison entre différents cadres nationaux. La première partie de ce travail a pour objet de mieux circonscrire l'objet formé par le médiactivisme de réinformation, en employant deux méthodes, la première éminemment qualitative quand la seconde relève de démarches quantitatives. Le premier chapitre consiste ainsi en un retour sur les productions de la fondation identitaire *Polémia*, inspiré de la littérature portant sur le rôle et la place des idées dans les sphères partisans (Chapitre 1). Il est suivi d'une analyse du réseau formé en ligne par les sites et blogs

participant au monde de la réinformation, méthode qui permet de dégager des communautés pertinentes d'un point de vue éditorial et idéologique (Chapitre 2). La seconde partie ambitionne d'éclairer les relations qu'entretiennent les médiactivistes de réinformation et les journalistes travaillant pour des médias d'information *mainstream*. La cérémonie des Bobards d'or constitue à cet égard un observatoire de l'ensemble des reproches adressés aux médias *mainstream* par les médiactivistes, permettant en outre de placer la critique des médias dans un ensemble plus large, la dénonciation du libéralisme culturel (Chapitre 3). Les notions de frontière et de travail de délimitation (*boundary work*) ont pour intérêt d'observer la manière dont les journalistes, confrontés à la critique des médiactivistes, défendent leur territoire professionnel (Chapitre 4). La seconde partie de ce travail s'appuie sur les textes d'Howard Becker pour dégager les modes d'organisation adoptés dans la production de contre-discours sur l'actualité. Je reviens ainsi sur l'économie des contre-médias, en détaillant les ressources qu'ils mobilisent ainsi que les modes de financement qu'ils adoptent (Chapitre 5). Le chapitre suivant est l'occasion d'observer la tension qui existe entre *gatekeeping* et participation des internautes dans le monde de la réinformation (Chapitre 6). La troisième et dernière partie développe une perspective microsociologique. L'analyse en termes de carrières permet de répondre aux questions suivantes : comment devient-on médiactiviste de réinformation ? Et quelles sont les logiques qui encouragent le maintien des acteurs dans ce monde social singulier (Chapitre 7) ? Le dernier chapitre consiste en l'analyse des sujets d'actualité traités par un contre-média, *TV Libertés*, pendant une période de quatre semaines. Les chapitres précédents permettant de noter l'ensemble des contraintes qui pèsent sur la production de contre-discours sur l'actualité, il s'agit ici de caractériser les productions discursives de ce monde, en prêtant une attention particulière à la mise en mots et en images de l'actualité (Chapitre 8).

Partie liminaire. Saisir un objet labile

CHAPITRE 1. UNE APPROCHE IDEELLE : LA REINFORMATION COMME DOCTRINE

Les origines de l'expression *réinformation*, retracées par les journalistes Dominique Albertini et David Doucet (2016), renvoient au Front national de la fin des années 1990. Lors d'un colloque consacré à l'information – à l'occasion duquel Jean-Marie Le Pen avait abondamment dénoncé ceux qu'il qualifiait de « médiacrasseux » – Brunot Mégret, alors numéro deux du parti, avait appelé de ses vœux le développement d'une « réinformation qui gomme les stigmates des années de désinformation subies ». On retrouve ce mot d'ordre et cette volonté dans l'ouvrage *La tyrannie médiatique*¹³ publié en 2013 aux éditions Via Romana. Charge virulente opposée aux médias dans leur ensemble, l'ouvrage précise les contours du médiactivisme de réinformation, et constitue ainsi la principale ressource permettant de l'étudier sous le prisme idéologique, c'est-à-dire comme un « ensemble de discours et de représentations plus ou moins labiles dont la fonction est d'assurer l'intégration de groupes sociaux (électorats, groupes professionnels, ou collectifs militants) et de servir d'armes au sein des luttes directement politiques » (Hauchecorne et Matonti, 2017, p. 6). L'ambition portée par ce chapitre est de développer une approche idéale du médiactivisme de réinformation, en s'inspirant de la littérature consacrée au rôle et à la place des idées dans les milieux militants et partisans (Belorgey, Chateigner *et al.*, 2011 ; Dézé, 2007 ; Hauchecorne et Matonti, 2017 ; Leconte, 2019 ; Rioufreyt, 2019). L'idée défendue ici est que *La tyrannie médiatique*, ainsi qu'un ensemble de textes ayant précédé sa publication, ont conditionné en grande partie les pratiques et les stratégies des acteurs se

¹³ Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique : les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013.

réclamant de la réinformation, en proposant une lecture du travail réalisé par les médias mainstream, ainsi qu'un ensemble de conseils pratiques aboutissant à la création de médias amenés à porter des contre-discours sur les faits d'actualité. L'ouvrage est attribué à Jean-Yves Le Gallou, créateur et principal animateur de la fondation Polémia. Cette dernière présente la particularité d'avoir développé dès sa création un usage important d'Internet et des ressources numériques, l'essentiel de ses travaux étant disponible en ligne. Partant, j'ai consulté ses archives numériques et constaté que plusieurs textes font référence à la « tyrannie médiatique » et à la « réinformation », ceci avant 2013. Aussi, j'ai constitué un corpus de textes émanant de la fondation (voir Annexe 2) en utilisant le moteur de recherche interne à son site Internet, avec comme mots-clés « réinformation », « tyrannie médiatique » et « novlangue ». Dans la base de données à laquelle j'ai abouti, quatre documents distincts portent le titre de *Tyrannie médiatique*, et constituent autant de jalons marquant la réflexion des médiactivistes faisant l'objet de la présente étude : un dossier en ligne renvoyant à 33 documents distincts (2003), une première brochure (2006) dont la publication est suivie d'une seconde, dans une version révisée (2008), et finalement l'ouvrage précédemment mentionné (2013). Les bornes chronologiques encadrant cette recherche dans ces productions numériques ont été fixées comme suit : la première occurrence de la « tyrannie médiatique » ayant lieu en 2003, c'est à ce moment que commence le corpus, qui est borné en 2013 par la publication de l'ouvrage. Ce faisant, j'observe comment s'est cristallisée l'exigence de réinformation, depuis la publication des premières contributions en posant les prémisses, jusqu'à la publication de *La tyrannie médiatique*.

Ainsi constitué, le corpus comprend près de 80 textes de natures diverses. Il est cependant nécessaire de bien intégrer le fait que la critique des médias par les plumes de Polémia ne prend pas fin en 2013, et que plusieurs publications, ouvrages, brochures et articles, prolongent le travail entamé par ces dix années de production.

La fondation *Polémia*

Le 19 décembre 2002 est déposé en préfecture le statut de l'association Polémia¹⁴, avec l'objet social suivant : « produire et diffuser tous travaux d'études, de recherche et de communication et organiser toutes manifestations en vue de l'identité, de la sécurité et des libertés européennes ». Si ces quelques mots-clés suggèrent une inscription manifeste à la droite de l'échiquier politique, la trajectoire des créateurs de l'association confirme cet ancrage. En effet, c'est après l'échec de B. Mégret à l'élection présidentielle de 2002 qu'elle est créée, par d'anciens membres du Mouvement National Républicain¹⁵, et notamment Jean-Yves Le Gallou, énarque et ancien cadre du Front national ayant quitté le parti à l'occasion de la scission mégrétiste dont il a été un des principaux artisans. Comme l'écrit Marion Jacquet-Vaillant, Polémia s'inscrit dans la mouvance identitaire, ce que confirme la consultation de son manifeste : il s'agit de développer une réflexion « post-nationale et post-républicaine, démocratique et identitaire¹⁶ », et ainsi de fournir « des armes de reconquête intellectuelle, politique et morale [aux Euro-français] ». Se pensant comme un réseau, Polémia ambitionne de se structurer, au moment de sa création, autour de « cyber-ateliers », groupements de réflexion se fixant pour objectif de développer de manière commune un projet pouvant prendre des formes variées : « colloque, ouvrage, texte fondateur, activités de lobbying, campagne d'opinion complète, etc. ». En cela, les formes de travail adoptées s'inspirent en partie de celles du Club de l'Horloge (Lamy, 2016), organisation initialement pensée comme le véhicule des idées du Groupement de Recherche et d'Études pour la Civilisation Européenne (GRECE) au sein de la haute-administration (Laurens, 2014), dont une partie des créateurs et animateurs de *Polémia* sont issus. La « communication et [les] nouveaux moyens de persuasion » étant mentionnés comme faisant partie des sujets de réflexion auquel s'attache la fondation, la critique des médias va de fait concentrer une partie non négligeable de son activité, avec la construction – toujours en cours – d'un appareil doctrinal de critique des médias dominants.

L'approche par les idées que je propose ici ne saurait se limiter à la synthèse des arguments et propos contenus dans les différents textes du corpus. La mise en perspective rendue possible par l'existence, en ligne, de plusieurs versions de mêmes textes doit être appréciée comme une opportunité analytique : quels sont les éléments qui ont été modifiés à travers les versions, et comment peut-on interpréter

¹⁴ Journal Officiel des Associations et Fondations d'Entreprise. URL : https://www.journal-officiel.gouv.fr/associations/detail-annonce/associations_b_archive/20030007/1651.

¹⁵ Entretien avec Jean-Yves Le Gallou, 1^{er} avril 2019.

¹⁶ Les citations ici présentées sont, sauf mention contraire, issues du premier site Internet de la fondation Polémia, consulté via webarchive.

ces changements ? Aussi, outre la question relative à la définition de l'activité de réinformation, une interrogation guide cette démarche : quels sont les éléments qui inscrivent la critique des médias portée par *Polémia* dans la continuité de l'approche métapolitique portée par la Nouvelle droite ? Finalement, et même si ce point rejoint en partie la question précédente, j'interroge les références mobilisées à travers ces textes. Comme l'écrivent Nicolas Belorgey et ses co-auteurs (2011), cette notion est plus inclusive que celle de citation, en ce qu'elle concerne « tout le champ du texte rapporté », jusqu'aux formes les plus implicites. Quel usage stratégique est fait des références – explicites et implicites – dans *La Tyrannie médiatique* ?

Les arguments de ce premier chapitre sont développés comme suit. Dans un premier temps, j'interroge la nature de la *Tyrannie médiatique*, en revenant sur la mise en livre du texte, et en cherchant à qualifier l'ouvrage. Dans un second temps, je reviens sur les représentations développées à travers ces textes de *Polémia* et sur les formes d'activisme prescrites par la fondation. Finalement, un troisième temps est consacré à l'exposé des espaces ayant permis la mise en circulation de l'expression « réinformation », ainsi qu'aux appropriations différenciées auxquelles cette diffusion a donné lieu. Dans ce cadre, je mobilise une partie des entretiens réalisés avec des médiactivistes de réinformation.

1.1. La *Tyrannie* comme ouvrage

1.1.1. La mise en livre du texte

Avant même d'interroger le contenu de l'ouvrage, l'existence de différentes versions du texte invite à se pencher sur la « mise en livre » des idées qui y sont contenues. Le dossier de 2003 renvoie à 33 articles distincts, répartis dans 7 rubriques : « Considérations générales » (5 articles), « Autopsie d'un nouveau pouvoir » (n=4), « Actualité d'une tyrannie » (n=10), « Médias, guerre et criminalité » (n=2), « ouvrages » (n=6), « centres d'analyse, de recherche et de débats » (n=3) et « Agir soi-même sur le traitement médiatique » (n=3). Parmi ces textes, 23 sont hébergés sur le site de la fondation *Polémia* et 10 sur des sites tiers vers lesquels les internautes sont redirigés par des liens hypertextes. Les auteurs de ces textes

extérieurs à la fondation sont essentiellement classés « à droite », même si leurs légitimités sont variées : universitaires (François Bernard Huygue), auteurs de la Nouvelle droite (Alain de Benoist, Jacques Marlaud), ou encore blogueurs conservateurs (via le site Conscience-politique). Les textes hébergés sur le site de *Polémia* sont quant à eux signés par huit plumes singulières, une plume collective¹⁷, voire ne sont attribués à aucun auteur¹⁸. Ainsi, il apparaît clairement que si Jean-Yves Le Gallou est le principal contributeur, avec six textes qui lui sont directement attribués, la réflexion menée, dont le dossier est le reflet, est avant tout collective. La version de la *Tyrannie médiatique* proposée en 2006 rompt avec celle de 2003 par sa forme : la collection de liens fait place à une brochure rédigée de 62 pages, que les internautes peuvent tout à la fois télécharger sous la forme d'un PDF, ou commander auprès de la fondation moyennant paiement. Le texte, qui est attribué à une entité collective, la fondation *Polémia*, est alors subdivisé en 12 chapitres. Parmi ceux-ci, certains s'appuient très largement sur des textes précédemment rédigés et figurant dans le dossier de 2003. Ainsi, le chapitre 9, « La réponse technologique : Internet, l'altermédia » est très largement inspiré du texte « Internet, l'altermédia » signé d'Andréa Massari¹⁹, dont il reprend la structure et une grande partie des phrases. De la même façon, le deuxième chapitre, « Tyrannie médiatique et crise du politique » reprend certaines formulations de « La politique à l'ère de l'hypermédiatisation » de Jean-Yves Ménébrez²⁰. Aussi la brochure s'appuie-t-elle sur la compilation des contributions individuelles des différents animateurs de *Polémia*, justifiant sa signature collective. Il en va de même pour la réédition de la brochure en 2008 (80 pages), pour laquelle aucun changement n'est apporté, à l'exception de deux ajouts : un « épilogue », consacré à la « mal-gouvernance médiatique », ainsi qu'une postface, présentant la notion de réinformation. Le contenu des chapitres est strictement identique entre les deux versions. Les deux

¹⁷ Plusieurs textes sont signés par *Polémia*, sans autre précision quant à l'identité de leur auteur.

¹⁸ C'est le cas des trois textes de la rubrique « Agir soi-même sur le traitement médiatique », ainsi que du texte « "L'imposture verte", un montage essentiellement médiatique ».

¹⁹ Andréa Massari, « Internet, l'altermédia », *Polémia*, 17 octobre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=674>.

²⁰ Jean-Yves Ménébrez, « La politique à l'ère de l'hypermédiatisation », *Polémia*, 14 octobre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=651>.

ajouts sont mis en ligne sur le site de la fondation *Polémia*²¹, parallèlement à leur inclusion dans la brochure, et sont ici aussi signés collectivement.

C'est donc en 2013 qu'est opérée la véritable « mise en livre » (Chartier, 1997) des textes consacrés à la « tyrannie médiatique » et à la réinformation, avec leur publication aux éditions Via Romana, une petite maison d'édition marquée par son ancrage à l'extrême droite (Salvi, 2016). Le texte se voit alors agrémenté de plusieurs caractéristiques, jusque-là absentes de la brochure et marquant son passage sous la forme livresque, notamment l'ajout d'une annexe reproduisant la charte d'éthique professionnelle des journalistes²², une bibliographie ainsi qu'un index. Dans sa forme, le développement est organisé en quatre parties et vingt-six chapitres (Figure 2). Le texte, quant à lui reprend plusieurs des développements opérés dans les textes de 2003 et suivants. Par exemple, le texte « Affaire Cantat : l'angélisation de l'extrême gauche²³ », qui n'avait pas été repris dans la brochure en 2006 et 2008, est reformulé pour être intégré au livre. Des textes et réflexions menés par *Polémia* depuis lors, et publiés sur le site Internet de la fondation, sont aussi intégrés au livre, au prix de quelques reformulations. Le neuvième chapitre, consacré à la « novlangue » des médias reformule les contributions apportées par Michel Geoffroy à compter de 2008²⁴. De la même façon, les « 12 thèses pour un gramscisme technologique » (Ch.24) reprennent – avec des modifications notables – le texte éponyme de 2008²⁵. Aussi, encore une fois, on observe que le texte, bien qu'attribué à un auteur identifié, correspond en réalité à une collection de contributions émanant d'auteurs variés sur dix ans, que le détour par les archives de la fondation *Polémia* permet d'identifier.

²¹ Polémia, « La réinformation », *Polémia*, 4 septembre 2008. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1714>. & Polémia, « La mal gouvernance médiatique », *Polémia*, 4 octobre 2008. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1738>.

²² Le document de trois pages reproduit la Charte de déontologie adoptée par le Syndicat national des journalistes (SNJ) à l'occasion de son 93^e anniversaire, en 2011. Le document original est disponible en ligne : <https://www.snj.fr/content/charte-d%E2%80%99%C3%A9thique-professionnelle-des-journalistes>.

²³ Polémia, « Affaire Cantat : l'angélisation de l'extrême gauche », *Polémia*, 16 septembre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=598>.

²⁴ Michel Geoffroy, « Un nouveau “Novlangue” », *Polémia*, 1^{er} juin 2008. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1677>.

²⁵ Jean-Yves Le Gallou, « Douze thèses pour un gramscisme technologique », *Polémia*, 1^{er} novembre 2008. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1763>.

I.	Pourquoi les médias désinforment. Age médiatique, âge tyrannique
	1. La communication a tué l'information
	2. Les préjugés de la classe journalistique
	3. La loi d'airain des financiers
	4. La laisse publicitaire
	5. La verticale de l'argent
	6. Le carré carcéral de l'idéologie médiatique
II.	Comment les médias désinforment ? Les assassins de l'information
	7. Les règles de la désinformation
	8. L'art de travestir la réalité : de la fabrique du héros à la fabrique du salaud
	9. Le triomphe de la Novlangue !
	10. Anges et démons
	11. La censure des bien-pensants
	12. Le bobard : <i>ultima ratio</i> du politiquement correct
III.	Comment la tyrannie médiatique détruit les institutions : la route de la servitude
	13. L'intelligence en quarantaine : les imposteurs partout, les penseurs nulle part
	14. La médiocratie contre la démocratie : l'avènement des médiagogues
	15. La crise du politique : la mal gouvernance médiatique
	16. Les médias amplificateurs de crise ?
	17. La justice otage de la tyrannie médiatique
	18. L'entreprise totalitaire sous l'œil du big brother médiatique
	19. L'Eglise entre immédiateté et éternité
	20. L'Union européenne : de l'art de ne pas informer
	21. Les nouveaux tambours de guerre
IV.	Comment échapper à la tyrannie médiatique ?
	22. La réponse « hygiéniste » : éteindre la télévision ?
	23. La réponse critique : la réinformation, bouclier de l'esprit
	24. La riposte des médias alternatifs : douze thèses pour un gramscisme technologique
	25. La riposte institutionnelle : supprimer le CSA
	26. Rétablir la liberté d'expression : abroger les lois liberticides !

Figure 2 : Plan de La tyrannie médiatique (2013)

Aussi, si l'ouvrage est attribué à Jean-Yves Le Gallou, il consiste en réalité en une compilation des contributions des différents membres de la fondation. En ceci, les idées que j'étudie ici partagent les caractéristiques de la « littérature intellectuelle mineure » telle que définie par Thibaut Rioufreyt (2019), consistant en des productions acéphales, collections de textes développées dans des contextes divers (notes de lecture, interventions à l'occasion de « journées d'étude », etc.). L'organisation adoptée par *Polémia* dans la rédaction de ce texte, développant une réflexion collective pour laquelle les contributions individuelles sont compilées dans

un ouvrage singulier n'est par ailleurs pas sans précédent au sein des extrêmes droites. Comme précédemment noté, elle fait en effet écho aux formes de division du travail de réflexion et de développement du corpus doctrinal développé au sein du Club de l'Horloge auxquelles Philippe Lamy (2016) a accordé des développements dans sa thèse. Jean-Yves Le Gallou était l'un des membres créateurs du Club de l'Horloge, et d'autres contributeurs de *Polémia* sont eux-mêmes passés par les rangs de cette organisation. Les membres de la fondation reprennent donc des modèles organisationnels connus et éprouvés qu'ils déploient dans le cadre de leur production doctrinale. La prégnance de modes de division du travail hérités de la Nouvelle Droite invite à conduire une réflexion plus large relative à cet héritage et aux formes qu'il revêt. Ainsi doivent être interrogées les références aux textes, auteurs et idées de la Nouvelle droite au sein des textes de dénonciation de la « tyrannie médiatique » et de promotion des médias de « réinformation », entreprise qui sera menée en diagonale dans les prochains développements.

1.1.2. Un discours agonique, entre habillage scientifique, polémique et dérision

Dans un chapitre relatif aux travaux du Conseil scientifique du Front national, Alexandre Dézé (2002) identifie plusieurs éléments qui rattachent les travaux menés aux discours scientifiques – et ce en dépit de leur faible scientificité effective – et procèdent donc à « l'habillage scientifique » des propos. Plusieurs de ces éléments peuvent être retrouvés dans *La Tyrannie médiatique* et les différents travaux ayant participé à sa rédaction. Les contributions, qualifiées pour l'occasion de « communications », au moment des « Journées d'étude sur la réinformation » organisées par la fondation – événements justifiant l'essentiel des développements dans le corpus – sont exemplaires de cette logique. À l'occasion de ces interventions publiques, les contributeurs n'hésitent d'ailleurs pas à « reprendre les fondements protocolaires de la démarche scientifique (définition préalable de l'objet, explication des fondements problématiques du sujet, rappel méthodologique) » (Dézé, 2002). Aussi, peut-il être question de « [croiser les apports de] la critique historique, la philosophie de l'histoire, [et] la philosophie tout court » pour analyser la notion

d'évènement²⁶. Une intervention consacrée au rôle des sondages fait de son côté appel à l'étymologie pour circonscrire les contours de l'opinion publique²⁷, avant de proposer un retour historique sur la pratique des sondages. Le jeu de citations et de références à des auteurs canoniques ou reconnus dans leur champ s'inscrit aussi dans cette dynamique de prétention à la scientificité, et vont être cités, pêle-mêle, Nietzsche, Régis Debray et Héraclite²⁸, ou encore Thucydide, Pierre Nora et Hannah Arendt²⁹. La « mise en livre » de la critique des médias opérée en 2013 par *Polémia* aboutit à l'abandon de certaines de ces références théoriques, mais elle correspond parallèlement à la récupération de certains des « principaux référents identitaires du discours scientifique » (Dézé, 2002) : les notes infrapaginales, un index, ainsi qu'une bibliographie dont on précise qu'elle est « choisie », et donc non-exhaustive. Tous ces référents participent donc à l'« habillage scientifique » des productions de *Polémia* et ont pour finalité de les associer implicitement aux valeurs communément associées au travail scientifique.

Dans le même temps, *La tyrannie médiatique*, dans ses deux versions sous forme de brochure comme dans sa version sous forme de livre est caractérisée par un registre ouvertement polémique. Bien que ces textes ont en commun avec les pamphlets d'extrême droite de faire le constat d'une décadence (Rennes, 1999), ils ne peuvent être classés comme appartenant au genre pamphlétaire, en ce que les critiques qui y sont avancées ne rompent pas avec l'ordre du dicible et ne relèvent pas de la provocation radicale (Jonge et Nicolas, 2009). De fait, ces textes relèvent du genre polémique, ce que les citations mises en exergue dans la suite de ce chapitre illustreront, et recourent abondamment à la dérision (Bonnafous, 2001 ; Feuerhahn, 2001 ; Mercier, 2001). Les textes cherchent en effet à ridiculiser les journalistes, en recourant à des jeux de mots ou autres reformulations d'expression d'usage courant. Deux exemples peuvent illustrer ce point³⁰. Pour se référer aux

²⁶ Grégoire Gambier, « Qu'est-ce qu'un évènement », *Polémia*, 1^{er} novembre 2008. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1767>.

²⁷ Benjamin Blanchard, « La fabrication de l'opinion par les sondages. Comment y échapper ? », *Polémia*, 16 novembre 2009. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=2511>.

²⁸ Grégoire Gambier, « Imaginaire et réinformation », *Polémia*, 4 novembre 2009. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=2500>.

²⁹ Grégoire Gambier, « Qu'est-ce qu'un évènement », *Polémia*, 1^{er} novembre 2008. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1767>.

³⁰ Il convient de bien noter qu'en aucun cas ces deux exemples n'épuisent les occurrences faisant emploi de la dérision, et ce travail souligne dans les différents chapitres l'emploi de néologismes – à l'image de l'expression « merdias » (Mercier et Amigo, 2021) – et d'expressions ironiques dans l'ensemble des discours de réinformation.

journalistes en cours de formation, accusés d’être les tenants du *politiquement correct*, le texte emploie l’expression de « nouveaux chiots de garde³¹ », clin d’œil à l’essai de Serge Halimi (2022), qui relevait de la critique de gauche des médias. On notera par ailleurs que ledit essai figure dans la bibliographie de *La tyrannie médiatique*. Un second exemple consiste en l’expression de « portrait à l’eau de jasmin » qui est utilisée pour décrire le portrait – supposément complaisant – de Mohamed Merah par les médias à l’issue des attentats de 2012. Ici, les auteurs détournent donc une expression populaire, celle de « portrait à l’eau de rose », pour y introduire une référence aux origines nord-africaines du terroriste. Comme le notent Nelly Feuerhahn ou encore Arnaud Mercier, la dérision, et le rire qu’elle provoque, ont pour vertu de mettre à distance ceux qui en font l’objet. L’usage de la dérision paraît donc ici poursuivre la visée suivante : faire rire des journalistes et des médias, et par là même, les pointer du doigt et les représenter comme les représentants d’un exogroupe, d’une altérité décriée.

1.2. Représentations et prescriptions

La critique exprimée par *Polémia* dans les textes du corpus est dirigée en premier lieu vers deux catégories d’acteurs : les journalistes d’abord, et les puissances économiques, industrielles et financières exerçant une influence sur les médias ensuite. Elle vise la manipulation de l’information, et l’imposition au public d’une idéologie unique.

1.2.1. « La sainte alliance du trotskysme de salles de rédaction et du capitalisme financier »

Le principal reproche opposé au groupe des journalistes concerne ses sympathies de gauche, faisant des journalistes les complices des valeurs associées au *système* : « pseudo-humanitarisme, primat de l’émotion, démocratie représentative, féminisme, antiracisme...³² ». Les vues politiques des journalistes ont par ailleurs plusieurs implications dans la perspective développée par *Polémia*. D’abord,

³¹ Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique. Les assassins de l’information*, ed. Via Romana, 2013 p. 27.

³² *Ibid.*, p. 29.

l'existence d'un écart important entre les opinions des journalistes et l'opinion des Français, ce que les auteurs soulignent notamment en faisant référence aux simulations de vote organisées dans les écoles de journalisme, à l'occasion desquelles les candidats de droite réunissent généralement de bien piètres scores³³. Ensuite, une pression au conformisme s'exerçant sur les journalistes, « l'extrême gauche [ayant] pris ses quartiers dans les salles de rédaction puis le contrôle intellectuel et moral des écoles de journalisme³⁴ », ne laissant pas de place à une expression s'inscrivant à rebours de cette orientation générale. Les journalistes sont ainsi présentés dans l'essentiel des textes comme un groupe idéologiquement et politiquement homogène, qualifié de « classe médiatique³⁵ ». Quelques textes font état de différences dans les statuts des journalistes, ou prennent en compte les conditions de travail qui sont les leurs³⁶, mais la référence à une « classe médiatique », forcément homogène, prévaut dans les différents textes. La production d'actualités est dès lors décrite comme étant essentiellement guidée par des principes idéologiques, à mille lieues de toute éthique professionnelle. À ce titre, la présence, à la fin de *La tyrannie médiatique* (2013) d'une reproduction de la charte d'éthique professionnelle des journalistes – dite Charte des devoirs professionnels des journalistes – est parlante. D'autant qu'au-delà de la puissance suggestive d'un tel document pour clore un livre destiné à critiquer les médias, le lecteur est explicitement encouragé à développer une lecture distanciée du document ; il ne s'agit pas seulement de comprendre que ces exigences ne sont pas toujours respectées, elles seraient consciemment méprisées et piétinées :

« Ce document du Syndicat National des Journalistes (SNJ) est précieux. Il suffit en effet de mettre à la forme négative les phrases écrites à l'affirmative, et de mettre à l'affirmatif les phrases comportant des négations pour avoir une description quasi parfaite du système médiatique français³⁷ ».

La question de l'influence des puissances économiques sur les médias est virtuellement absente dans les premières éditions de la *Tyrannie médiatique* (2006 et 2008). La thématique est cependant abondamment développée dans une brochure

³³ *Ibid.*, p. 27.

³⁴ *Ibid.*, p. 33.

³⁵ Polémia, *La tyrannie médiatique*, 2006, p. 11.

³⁶ Jean-Yves Le Gallou, « Dix-sept thèses sur le système médiatique français », *Polémia*, 21 avril 2010. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=2832>. Voir aussi Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique*, ed. Via Romana, 2013, pp. 67-70.

³⁷ Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique. Les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, p. 357.

dédiée à la question publiée en 2011 sous le titre *Les médias en servitude*³⁸. Comme les brochures de la *Tyrannie* auparavant, celle-ci peut être commandée par les internautes auprès de la fondation moyennant paiement, ou directement téléchargée sous la forme d'un PDF³⁹. Le texte est pour ses auteurs l'occasion de relever les participations des « nouveaux oligarques » et des banques dans les médias nationaux et régionaux. Dans la perspective des auteurs, l'omniprésence de puissances économiques et financières au capital des entreprises médiatiques réduit les journalistes à la position de simples « employés de banque⁴⁰ » au service des intérêts économiques de leurs employeurs, dont les investissements dans les médias ne sont pas guidés par la recherche d'une quelconque rentabilité mais par des « stratégies d'influence directe ou indirecte⁴¹ ». Les banques, l'industrie du luxe et les grandes fortunes sont de la même façon pointées du doigt, en ce qu'elles exercent par le biais de la publicité un contrôle indirect sur les médias et leurs contenus. *Les médias en servitude* a ainsi pour premier objet de faire la lumière sur la concentration entre les mains de quelques-uns des moyens privés de production de l'actualité (« en tout une centaine d'hommes dirige la machinerie qui règne sur les esprits⁴² »). Un tel souci n'est pas exclusif à la critique d'extrême droite des médias⁴³. Cyril Lemieux (2000) a ainsi démontré que cette préoccupation s'est construite au cours du XIX^e siècle, alors que la dépendance des journaux à l'égard du marché devenait de plus en plus manifeste. Cependant, une inspiration revendiquée par la brochure situe clairement l'objet à l'extrême droite : la référence à Emmanuel Ratier, à sa lettre *Faits et documents*, ainsi qu'à son ouvrage *Au cœur du pouvoir : enquête sur le club le puissant de France*⁴⁴. Comme dans les écrits de ce dernier, il s'agit de considérer le club Le Siècle comme le lieu dans lequel s'opère la connivence des puissants de ce monde, et notamment celle des journalistes avec les puissances d'argent. La brochure adopte d'ailleurs une convention typographique permettant de singulariser

³⁸ Polémia et Claude Lorne, *Les médias en servitude*, 2011.

³⁹ Cette souplesse dans la tarification est à mettre en relation avec les constats apportés dans le Chapitre 5 du présent travail.

⁴⁰ Le Gallou Jean-Yves, *La tyrannie médiatique. Les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, p. 37.

⁴¹ *Ibid.*, p. 40.

⁴² Polémia et Claude Lorne, *Les médias en servitude*, 2011, p. 8.

⁴³ Acrimed a ainsi consacré plusieurs articles à la question. Par ex. Jérémie Fabre, « Concentration des médias français : le bal des vampires », *ACRIMED*, 26 juillet 2019. URL : <https://www.acrimed.org/Concentration-des-medias-francais-le-bal-des>.

⁴⁴ Emmanuel Ratier, *Emmanuel Ratier présente Au cœur du pouvoir : enquête sur le club le plus puissant de France*. Facta, 1996.

les membres dudit club tout au long du texte : leurs noms sont marqués par un astérisque. Les textes rédigés par les animateurs de *Polémia* prolongent donc explicitement une vision précédemment développée par un auteur identifié à l'extrême droite. Ce faisant, la fondation présente tout discours médiatique comme le produit de la rencontre des intérêts convergents de ces deux groupes, les journalistes et les puissances économiques, ce que synthétise la formule polémique « la sainte alliance du trotskysme de salles de rédaction et du capitalisme financier⁴⁵ ». Cette association peut sembler paradoxale, elle s'inscrit en réalité dans une logique de construction d'un ennemi unique (Taguieff, 1984a), pour laquelle la gauche est représentée comme l'idiot utile du capitalisme :

« L'extrême gauche est depuis toujours l'alliée objective du capitalisme financier mondialisé ; elle est utilisée comme un bulldozer pour affaiblir les nations, les Etats et les traditions enracinées [...]. La connivence de l'extrême capitalisme et du gauchisme est un élément clé pour comprendre le fonctionnement des médias⁴⁶ ».

Résulterait de cette rencontre une *doxa* « politiquement correcte » reposant sur les piliers suivants : la croyance dans les vertus de la mondialisation de l'immigration et l'antiracisme, la rupture d'avec les traditions et la réécriture de l'histoire française dans une perspective culpabilisante. Cet ensemble formerait

« une idéologie – c'est-à-dire un discours au service du pouvoir – qui s'enracine dans l'utopie égalitaire, constructiviste et cosmopolite, c'est-à-dire dans une vue du monde aux antipodes des valeurs et des principes de la droite⁴⁷ ».

On notera surtout qu'il est composé de signifiants suffisamment génériques pour exercer une force d'attraction sur les différentes composantes de l'extrême droite. La référence aux « traditions » supposément menacées peut tout à la fois être entendue comme un renvoi aux intransigeances du traditionalisme catholique et aux identités régionales valorisées par la mouvance identitaire. De la même façon, la prétendue réécriture de l'histoire imputée aux médias est suffisamment imprécise pour englober plusieurs des réalités historiques occupant une place importante dans les mémoires de droite et d'extrême droite (Sirinelli, 2006) : guerre de Vendée, Seconde Guerre Mondiale, colonisation et décolonisation, *etc.*

⁴⁵ Polémia et Claude Lorne, *Les médias en servitude*, 2011, p. 7.

⁴⁶ Jean-Yves Le Gallou, « Dix-sept thèses sur le système médiatique français », *Polémia*, 21/04/2010. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=2832>.

⁴⁷ Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique. Les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, p. 79.

1.2.2. Communication et idéologie unique

Les différentes versions de *La Tyrannie médiatique* présentent aussi comme postulat central la substitution de l'information par la communication, une dynamique présentée comme s'inscrivant dans la continuité du phénomène plus large de « marchandisation du monde ». Les textes construisent une opposition entre information et communication⁴⁸ et renvoient à la représentation suivante : les producteurs d'information la manipuleraient pour la faire correspondre à leurs intérêts et à leurs cadres d'interprétation du social (Tableau 3). On notera par ailleurs qu'un média est au centre des critiques, car considéré comme étant l'épitomé de la communication marchande : la télévision. Elle est désignée comme telle dès 2003⁴⁹ : « [la télévision] impose la tyrannie de l'instant, de l'émotion, de l'image, du spectaculaire, de l'à-peu-près et du mimétisme, le tout encadré par le politiquement correct ». Le primat donné à la télévision va progressivement être nuancé, mais le média reste au centre des critiques : aux images est associé un pouvoir manipulateur quasi hypnotique, réhabilitant les théories des effets forts et directs des médias, quand bien même celles-ci ont été remises en question par une variété d'études empiriques (Dayan, 1989 ; Maigret, 2015). Un tel postulat est présent dès les premiers textes, et est appuyé dans l'ouvrage de 2013 par la référence à deux livres : *Watching TV* d'Oliver Culmann et *TV lobotomie : la vérité scientifique sur les effets de la télévision* de Michel Desmurget.

Informer	Communiquer
Porter à la connaissance d'autrui des faits précis, si possibles exacts et vérifiés, et replacés dans leur contexte, notamment historique et géographique	Scénariser et théâtraliser des données – vraies ou fausses – dans un but idéologique, politique ou commercial.

Tableau 3: Les textes de *Polémia* distinguent et opposent information et communication, en posant pour postulat que la première tend à disparaître au profit de la seconde

Les médias seraient donc collectivement impliqués dans une entreprise de désinformation du public reposant sur différents artifices identifiés par les auteurs :

⁴⁸ Polémia, *La tyrannie médiatique*, 2006, p.11.

⁴⁹ Jean-Yves Le Gallou, « La télévision, arme maîtresse de la tyrannie médiatique », *Polémia*, 19 octobre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=676>.

mise sous silence de certains événements, représentation manichéenne de l'actualité, manipulation de la langue utilisée pour présenter et restituer les faits d'actualité et, en dernier ressort, recours au mensonge. Les rédactions des médias dominants seraient ainsi engagées dans une entreprise de désinformation et de propagande au service du « système », entité floue dont les contours sont laissés imprécis, permettant de conjuguer imaginaires contestataires et complotistes (Boltanski et Esquerre, 2014).

« Pour défendre le politiquement correct sous toutes ses formes, les journalistes désinforment leur public. Ils occultent les faits, les déforment, les travestissent, et trainent dans la boue quiconque aurait la volonté de rétablir ces faits. Mais ce déni de réalité ne suffit pas toujours à imposer leur idéologie unique, si bien qu'ils hésitent de moins en moins à recourir au mensonge pur et simple⁵⁰ »

« La plus grande ruse du diable est dit-on de faire croire qu'il n'existe pas. La plus grande ruse de "l'information" médiatique contemporaine est de faire croire qu'elle présente des faits (des "infos") alors qu'elle diffuse en réalité des opinions conformes à une idéologie et donc des faits sélectionnés ou reconstruits à cette fin [...]. Nous vivons dans un âge idéologique mais qui ne se reconnaît pas comme tel [et] la désinformation lui est consubstantielle⁵¹ »

Pour assurer cette homogénéité idéologique, les voix dissonantes seraient soigneusement encadrées⁵², voire expurgées des médias dans lesquelles elles pourraient s'exprimer et faire valoir leurs opinions, comme l'illustreraient les exemples des journalistes Éric Zemmour et Robert Ménard⁵³, ou encore de l'universitaire Bernard Lugan⁵⁴. Ceux qui donnent la parole à ces voix seraient aussi pénalisés, à l'image de Frédéric Taddeï⁵⁵, qui aurait vu son temps d'antenne diminué par le service public du fait de son choix d'invités. Les journalistes osant prendre la plume pour critiquer la façon dont les médias fonctionnent seraient pareillement

⁵⁰ Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique. Les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, p.159.

⁵¹ Michel Geoffroy, « La technique de la désinformation », *Polémia*, 21 avril 2010. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=2833>.

⁵² Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique. Les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, p.141-157.

⁵³ Avant de se consacrer à la politique, tous les deux occupaient des positions d'éditorialistes sur dans des médias audiovisuels. Certaines de leurs prises de position ont pu menacer leur position : Robert Ménard est limogé d'*I-Télé* à la fin de la saison 2011-2012, de même que la fréquence à laquelle Éric Zemmour est à l'antenne de RTL est réduite suite à sa condamnation en 2011 pour provocation à la discrimination raciale.

⁵⁴ Bernard Lugan est un ancien maître de conférences en histoire à l'université Lyon III. Ses travaux sont contestés par ses pairs africanistes qui y voient des productions idéologiquement orientées, essentialisant les populations africaines. Ses sympathies politiques sont par ailleurs claires : il se déclare royaliste et a écrit pour plusieurs publications de droite et d'extrême droite (depuis *Le Figaro* jusqu'à *Présent*).

⁵⁵ L'homme présente une émission de débats sur les chaînes de télévision du service public entre 2006 et 2016, intitulée *Ce soir (ou jamais !)*, qui présente la particularité de réunir des invités issus de différents mondes sociaux et défendant des positions nettes et tranchées, invitant à la discussion et au débat (Ruffio, 2020). Ce choix éditorial a amené l'émission à occuper une position singulière puisqu'elle était la seule à donner la parole à des acteurs issus de l'extrême droite.

sanctionnés, à l'image de Michel Legris⁵⁶, « réduit au chômage et au silence » suite à la publication de son ouvrage *Le Monde tel qu'il est*. Au-delà de ces voix singulières prétendument ostracisées et tuées, l'exemple de la « normalisation » du *Figaro Magazine*, est invoqué dans plusieurs textes, car considéré comme symptomatique de la pression au conformisme exercée à la fois par les médias et par les annonceurs, ces derniers étant en capacité d'exercer une pression économique telle sur les titres de presse qu'elle peut infléchir leurs lignes éditoriales⁵⁷. Le magazine, dirigé par Louis Pauwels avait effectivement servi de plateforme aux idées de la Nouvelle droite (Duranton-Crabol, 1988 ; Krikorian, 1986), entre 1977 et 1980. Les textes de *Polémia* reprennent alors la perspective martyrologique développée depuis lors par la Nouvelle droite, et contestée par Anne-Marie Duranton-Crabol (1988) : victime d'une « campagne massive de diabolisation », le titre a dû céder et renoncer à son positionnement éditorial originel, face à la raréfaction de ses ressources publicitaires.

La particularité de la « tyrannie médiatique », telle que décrite par les différents textes, est que ses effets ne sont pas limités à la seule sphère médiatique, et que plusieurs domaines d'activité sont soumis à son pouvoir et à sa contrainte. Plusieurs textes insistent ainsi sur l'incompatibilité de l'immédiateté de la communication avec le temps long nécessaire à la réflexion et à l'action dans ces autres domaines d'activité. C'est notamment le cas de la politique : la sélection des candidats et leur désignation seraient ainsi conditionnées par leur seule médiagenie, les citoyens ne choisissant qu'entre les options retenues par les médias. L'exemple de Barack Obama est ainsi mentionné dans la brochure de la *Tyrannie* en 2008, ainsi qu'en 2013, car considéré comme exemplaire de cette logique. Il convient cependant de noter qu'en 2003, une même critique est opposée à Marine Le Pen, alors nouvellement nommée à la vice-présidence du Front national.

« À Pâques 2003, le congrès du Front national a mis en évidence trois légitimités : la légitimité monarchique du président (réélu par acclamation), la légitimité démocratique du Délégué général Bruno Gollnisch (le mieux élu du comité central), la légitimité médiatique de Marine Le Pen (peu aimée des militants mais adulée par les médias). Et

⁵⁶ Journaliste au *Monde* entre 1956 et 1972, il publie en 1976 une charge contre son ancien employeur, dont il dénonce la subjectivité militante.

⁵⁷ Jean-Claude Valla, « Un exemple de tyrannie médiatique : la normalisation du "Figaro Magazine" », *Polémia*, 27 octobre 2006. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1345>. Voir aussi Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique. Les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, p. 49 et suivantes.

c'est en s'appuyant sur ces mêmes médias que Jean-Marie Le Pen l'a promue vice-présidente (avec droit de succession ?) malgré sa faible côte militante⁵⁸ »

Ainsi biaisé, le suffrage populaire serait évidemment dévalué, le choix des électeurs ne servant au final qu'à valider celui des médias. Et même une fois sélectionné, « le [personnel] politique a de moins en moins d'intérêt à gouverner, de plus en plus d'avantages à communiquer⁵⁹ », multipliant les annonces et les déclarations aux dépens des décisions effectives et de leur application. C'est ainsi qu'en 2013, le chapitre 15 de *La tyrannie médiatique* construit plusieurs oppositions entre communication et gouvernement, cherchant à montrer leur définitive incompatibilité (Tableau 4).

Communiquer	Gouverner
Plaire	Contraindre (et donc risquer de déplaire)
Parler (les politiques « commentent les événements davantage qu'ils ne cherchent à les maîtriser »)	Agir
Être dans l'instant	Prévoir
Paraître	Donner du sens
Scénariser le réel	Appréhender le réel dans sa globalité
Se soumettre à la <i>soft idéologie</i>	Affronter les défis du réel

Tableau 4 : Un jeu d'oppositions posées dans les textes de Polémia permet de critiquer la communication en politique

La politique n'est pas la seule sphère soumise à ce pouvoir des médias, exerçant une pression au *conformisme bien-pensant*. La justice est ainsi présentée comme « l'otage de la tyrannie médiatique⁶⁰ », et les entreprises sont, sous la plume des contributeurs de *Polémia*, « acteurs et objets de la tyrannie médiatique⁶¹ ». Le pouvoir spirituel représenté par l'Église catholique serait lui-même confronté à une pression exercée par les médias, que l'auteur illustre par plusieurs exemples issus de l'année 2005 : le relai par les médias de la demande populaire de canonisation de Jean-Paul II – prématurée eu égard aux standards du droit canon – et leur prétendue

⁵⁸ M. M., « Front national : la monarchie médiatique », *Polémia*, 22 avril 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=288>.

⁵⁹ Jean-Yves Le Gallou, « Temps médiatique, temps administratif, temps politique », *Polémia*, 25 janvier 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=17>.

⁶⁰ Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique. Les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, p. 237-252.

⁶¹ *Ibid.*, p. 253.

« [tentative d'] OPA sur l'Église⁶² » à l'occasion du conclave ayant eu pour objet de désigner le nouveau pape. Aussi, par le biais de leur médiatisation, ces différentes sphères seraient soumises à la pression constante du temps court et du « politiquement correct ».

1.2.3. Suggérer la tyrannie et ses effets : les usages stratégiques de références littéraires

Les références mobilisées dans les trois éditions de la Tyrannie médiatique sont de différentes natures : textes critiques considérés comme des ouvrages participant à une critique réputée « de gauche » et écrits par des journalistes décrivant certains des travers de la profession (par exemple, Serge Halimi et Daniel Schneidermann), ouvrages universitaires, textes écrits par des représentants de la Nouvelle droite, *etc.* Dans ce corpus hétéroclite, les références sont mobilisées de façon mouvante dans le temps, certaines apparaissant, quand le temps – et les stratégies adoptées par les acteurs – en effacent d'autres. Certaines sont aussi implicites et nécessitent donc le partage d'une culture littéraire commune⁶³. Par-delà les références intellectuelles qui appuient l'orientation idéologique dégagée jusqu'ici, il est intéressant de s'attarder sur l'usage stratégique des références à deux ouvrages de fiction figurant dans cette bibliographie. Les deux sont des dystopies, c'est-à-dire des « récit[s] de fiction dépeignant une évolution ou un avenir cauchemardesque de la société réelle à partir de l'exacerbation de certains de ses traits négatifs » (Leconte et Passard, 2021, p. 15). Leur analyse révèle la part d'implicite inscrite au cœur de la critique portée par la fondation.

Je me concentre dans un premier temps sur l'usage stratégique du roman *1984* de Georges Orwell, première référence figurant dans la bibliographie susmentionnée. Absent des premiers textes de *Polémia* consacrés à la « tyrannie médiatique », le renvoi au roman s'impose progressivement à compter de 2008, notamment à travers

⁶² *Ibid.*, p. 261.

⁶³ C'est par exemple le cas de la référence au texte *La grande peur des bien-pensants* de Georges Bernanos, dans lequel l'auteur exprimait sa sympathie pour l'auteur de *La France juive*, Edouard Drumont. Le titre est repris à deux occasions dans le texte « La liberté d'expression sous le boisseau », dans le corps du texte et sous forme d'intertitre. Le nom de Georges Bernanos n'apparaît cependant jamais dans le texte de *Polémia*, et cette référence relève donc pleinement de l'implicite. Françoise Monestier, « La liberté d'expression sous le boisseau », *Polémia*, 15 février 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=126>.

la critique de la « novlangue médiatique ». Comme le note Alice Krieg-Planque (2012b), le glossonyme permet à celui qui y fait référence de disqualifier les actes de parole d'autrui en postulant que la langue qu'il emploie est porteuse d'une intention politique ou idéologique. La critique de la langue des médias correspond alors à la critique du projet politique et idéologique associé aux journalistes et aux médias. La dénonciation d'une langue trompeuse est portée dans un lexique militant (Krieg-Planque, 2012a) alimenté au fil des années, et comptant 426 entrées en 2013. On notera ici que la réflexion menée sur la langue prolonge des préoccupations du Club de l'Horloge (Lamy, 2016, p. 587-591). Michel Geoffroy, en charge au sein de *Polémia* de la critique de la langue des médias et du développement de ce lexique militant, a d'ailleurs été membre du Club. Au-delà du seul renvoi à la langue des médias, la référence à la dystopie d'Orwell est proposée comme une grille d'interprétation plus globale :

« La meilleure analyse de la situation politique et médiatique de l'Europe contemporaine se trouve chez Georges Orwell. [1984] décrivait prophétiquement [...] un régime totalitaire qui contrôlait la population en appliquant cinq règles : une télévision perpétuellement allumée, une histoire révisée en permanence en fonctions des intérêts idéologiques et politiques du moment ; la condamnation de la mal-pensance ; la diabolisation des opposants ; la manipulation du langage par la Novlangue. Et bien nous y sommes⁶⁴ ».

Bien que la référence à cette dystopie, et plus particulièrement à la « novlangue » ne soit pas exclusive à la critique des médias d'extrême droite (Tévanian et Tissot, 2010), le « cadrage orwellien » (Olivesi et Kergomard, 2020) permet de représenter la société française comme soumise à un totalitarisme bien-pensant et de justifier la revendication d'une posture « dissidente » passant notamment par le refus d'adopter une langue estimée manipulée et impropre à restituer le réel. Comme l'écrivent Aurélie Olivesi et Zoé Kergomard, la lutte engagée au niveau du langage s'inscrit dans le cadre du « combat culturel », et prolonge en conséquence les dynamiques engagées par les acteurs de la Nouvelle droite.

La référence à un second roman permet de préciser les contours de la société dystopique suggérée par la mention de *1984 : Le camp des Saints*, roman de Jean Raspail. Figurant en seconde place dans la « bibliographie choisie » figurant dans la

⁶⁴ Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique. Les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, p. 108.

version livresque de *La tyrannie médiatique*, le roman n'est cependant ni cité ni mentionné dans l'ensemble du développement de l'ouvrage. Sa présence poursuit donc une finalité suggestive, destinée au public extrême droitier familial de l'auteur, et notamment de ce texte, qui nécessite dès lors de revenir sur son contenu. Le roman est le récit d'une « Apocalypse migratoire » (Galloro, 2020) : partis d'Inde, cent navires pleins de pauvres hommes, femmes et enfants dérivent en direction de l'Europe, jusqu'à échouer sur les côtes du Sud de la France, où commence une submersion migratoire. Aussi, ce qui est suggéré par l'inscription du livre dans la bibliographie est l'existence d'une entreprise de désinformation dissimulant le danger que représenterait l'immigration pour la France et les sociétés occidentales. Il apparaît de plus que les médias et les journalistes occupent une place relativement importante dans le roman de Jean Raspail : ils sont notamment représentés comme des figures naïves, persuadées des bonnes intentions des migrants, multipliant en conséquence les discours favorables à leur bon accueil.

1.2.4. Une stratégie, le « gramscisme numérique »

C'est sur la base de ce discours idéologique, qui s'appuie sur la convocation de références littéraires, que *La tyrannie médiatique* a été mise en livre. Ce processus ne doit pas faire oublier la particularité des premières formes de diffusion adoptées par *Polémia* : la mise à disposition sur son site Internet d'articles et de PDF actualisés. Si cet usage du numérique interpelle, c'est parce la fondation *Polémia* développe dès 2003 une réflexion concernant l'emploi stratégique d'Internet. C'est ainsi que le réseau est appréhendé comme un « altermédia ». De par son architecture distribuée, l'accès aux « pensées et [...] opinions dissidentes⁶⁵ » serait facilité, et ce en échappant au contrôle de tout « centre régulateur et censeur ». Le courriel est de la même manière présenté comme une opportunité permettant d'organiser et de coordonner des manifestations contestataires indépendamment des médias, en prenant l'exemple de la manifestation « anti-syndicale » du 15 juin 2003⁶⁶. La valorisation des apports du numérique est prolongée dans le texte « 12 thèses pour

⁶⁵ Andréa Massari, « Internet, l'altermédia », *Polémia*, 17 mars 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=674>.

⁶⁶ Jean-Yves Le Gallou, « 15 juin : Internet, arme anti-syndicale », *Polémia*, 17 juin 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=454>.

un gramscisme technologique⁶⁷ », publié pour la première fois en 2008, avant d’être intégré – au prix de quelques retouches et modifications – dans l’édition papier de la *Tyrannie médiatique*. Aussi, Internet « change la donne dans la bataille des idées » (4^e thèse), ou encore « est un moyen de s’affranchir de la tyrannie médiatique et de construire sa réflexion et/ou son action de manière indépendante » (6^e thèse). Dans la perspective portée par *Polémia*, la réinformation n’est au final qu’une dimension dans « la lutte contre l’idéologie dominante » facilitée par l’essor d’Internet ; il s’agit en effet aussi de profiter du réseau des réseaux pour rendre accessibles à tous des « essais et [des] revues d’idées », ou encore pour diffuser auprès de réseaux familiers et affinitaires des contenus politiques, via les RSN. Je propose ici de revenir sur les choix opérés par les médiactivistes en termes de répertoire d’action. En effet, il a été question pour eux, avant de développer une parole médiatique autonome, de faire pression sur les médias dominants. Aussi, je reviens sur la référence à Gramsci, qui ancre paradoxalement la réflexion menée par *Polémia* à l’extrême droite.

1.2.4.1 Faire pression sur les médias

Les formes d’activisme initialement recommandées par *Polémia* ne consistent pas en la création de médias, mais dans l’intervention auprès des médias *mainstream*, avec pour finalité d’influencer leurs lignes éditoriales. C’est ainsi que le dossier numérique *La tyrannie médiatique*, mis en ligne en 2003, incite les internautes à « agir [eux-mêmes] sur le traitement médiatique ». Il s’agit tout à la fois de faire connaître leurs indignations suite au traitement de certaines informations⁶⁸, mais aussi de faire entendre leurs voix et leurs points de vue⁶⁹. Les ressources mises à disposition des internautes ont alors vocation à faciliter leur participation, en centralisant les informations nécessaires (adresses mail des différentes rédactions, numéro de téléphone des stations de radio, *etc.*), ainsi qu’en dispensant des conseils relatifs à la prise de parole auprès de ces médias. Par exemple, les internautes sont

⁶⁷ Jean-Yves Le Gallou, « Douze thèses pour un gramscisme technologique », *Polémia*, 1^{er} novembre 2008. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1763>.

⁶⁸ *Polémia*, « Activisme médiatique : comment influencer sur le traitement de l’information », *Polémia*, [date inconnue]. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=25>.

⁶⁹ *Polémia*, « L’actualité, c’est aussi vous qui la faites : prenez la parole ! », *Polémia*, [date inconnue]. URL : http://www.polemia.com/cyberaction.php?cat_id=27.; *Polémia*, « Les forums de discussion en ligne », *Polémia*, [date inconnue]. URL : http://www.polemia.com/cyberaction.php?cat_id=28.

invités à « [occuper] les ondes⁷⁰ », et dans cette perspective, il leur est recommandé de « [préparer leur] topo à l'avance » et de « [parler] le plus longtemps possible » une fois à l'antenne. Cette approche est prolongée dans une contribution à la première Journée d'étude sur la réinformation organisée en 2008 par *Polémia*, sous le titre d'« Info Équitable⁷¹ ». L'idée défendue par le contributeur est alors la suivante : il s'agit de former un groupe de pression, en contact direct avec les médias *mainstream* et se proposant comme « une épée de Damoclès au-dessus de leurs têtes ». Cette initiative se distingue des formes d'actions suggérées en 2003 en ce qu'il s'agit de porter une voix collective, et non individuelle, auprès des différentes rédactions. Cette forme d'action, qui se pensait complémentaire au médiactivisme de réinformation (voir ci-après) ne va cependant pas être adoptée et va ainsi disparaître des discours de *Polémia*.

Si cette forme d'activisme, destinée à exercer une influence directe sur les médias, ne va donc pas connaître de réel développement, il convient cependant de noter que certains développements de *La Tyrannie* (2013) proposent de réformer le système médiatique. Cette volonté s'exprime notamment dans le souhait de voir supprimé le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), « épée et bouclier de la pensée unique⁷² » et les dispositifs d'aides à la presse, ainsi que d'abroger les « lois liberticides⁷³ » (expression englobant les lois mémorielles Pleven, Fabius-Gayssot, Taubira et Perben). Il ne s'agit plus alors d'avoir une influence directe sur les médias, mais d'influer sur l'environnement législatif et institutionnel dans lequel ils opèrent. D'un point de vue analytique, il convient ici de souligner la stratégie de rétorsion (Angenot, 1982) dans laquelle est engagée la fondation. En effet, les valeurs invoquées pour justifier ces réformes ne sont pas des valeurs alternatives à celles du journalisme, mais bien celles que les médias sont estimés trahir dans leur pratique : respect du pluralisme, indépendance des rédactions, transparence et attachement à la liberté de la presse. La suppression des aides financières apportées à la presse – dont le contexte d'instauration n'est jamais rappelé aux lecteurs des productions de

⁷⁰ Polémia, « L'actualité, c'est aussi vous qui la faites : prenez la parole ! », *Polémia*, [date inconnue]. URL : http://www.polemia.com/cyberaction.php?cat_id=27.

⁷¹ Jean-Pierre Fabre-Bernadac, « L'info Équitable », *Polémia*, 8 Novembre 2008. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1776>.

⁷² Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique. Les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, p. 332.

⁷³ *Ibid.*, p. 339-352.

Polémia – est ainsi présentée comme une réponse à l'exigence de pluralisme et un moyen de rapprocher les journaux des préoccupations de leurs lecteurs

« Il faut purement et simplement [supprimer ces aides]. Pour au moins deux raisons : sauvegarder les chances de développement des médias alternatifs ou, au moins, accroître le poids des lecteurs sur le contenu des journaux, comme cela se fait en Allemagne ou au Danemark. Pays où la presse papier est d'ailleurs florissante !⁷⁴ »

1.2.4.2. Développer une parole médiatique indépendante : la réinformation

Après une première édition en 2006 sous forme de brochure, *La tyrannie médiatique* est rééditée en 2008, avec pour seuls ajouts un épilogue (« La mal gouvernance médiatique »), et une postface, consacrée à la réinformation. Le terme est ainsi développé quelques mois après le lancement d'une émission radiophonique s'en réclamant, le « Bulletin de réinformation » de Radio Courtoisie⁷⁵. Le texte, influencé par l'expérience que représente ce premier format médiatique, comprend une portée pratique manifeste, et reformule des documents internes⁷⁶ destinés à guider le travail des premiers acteurs de réinformation. La définition proposée par les auteurs est la suivante :

« La réinformation n'est pas une désinformation en sens contraire, c'est le contraire de la désinformation. La réinformation remet l'actualité dans une autre perspective en évitant les pièges du politiquement correct⁷⁷ »

Cette *mise en perspective*, permettant « d'apprécier chaque fait au plus près de sa juste valeur⁷⁸ » nécessite de déployer un ensemble de démarches pratiques précisées dans la suite du texte : interroger la sélection des actualités et le cadrage opéré par les journalistes des médias dominants, ainsi que multiplier les perspectives. Ainsi présentée, la réinformation pourrait apparaître comme proche des conseils dispensés dans le cadre de l'éducation aux médias. La seconde recommandation éclaire cependant le doute permanent qui caractérise l'exercice ; il s'agit de « rechercher

⁷⁴ *Ibid.*, p. 337.

⁷⁵ Polémia, « Communiqué. Lancement d'un bulletin de réinformation sur Radio courtoisie », *Polémia*, 14 novembre 2007. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=1556>.

⁷⁶ Je désigne par cette expression les documents rédigés à destination des médiactivistes contribuant au « Bulletin de réinformation » de *Radio Courtoisie* et comprenant différents conseils pratiques. Ces documents m'ont été communiqués par Jean-Yves Le Gallou, à l'issue de notre premier entretien.

⁷⁷ Polémia, *La tyrannie médiatique*, 2008, p.72.

⁷⁸ *Ibid.*

[et] découvrir les faits cachés ou les aspects occultés des faits publics ». Il ne s'agit donc pas de maintenir une distance critique avec les énoncés médiatiques – par l'analyse de la hiérarchisation des sujets, du vocabulaire et des images employés pour les traiter, mais bien de considérer que les médias occultent systématiquement la réalité, en tout ou partie. La réinformation a, dès lors, pour ambition de dévoiler une vérité réputée dissimulée, tel que l'illustre l'extrait suivant de *La Tyrannie médiatique* :

« Pour défendre le politiquement correct sous toutes ses formes, les journalistes désinforment leur public. Ils occultent certains faits, les déforment, les travestissent, et trainent dans la boue quiconque aurait la volonté de rétablir la vérité de ces faits. Mais ce déni de réalité ne suffit pas toujours à imposer leur idéologie unique, si bien qu'ils hésitent de moins en moins à recourir au mensonge pur et simple⁷⁹ »

Concrètement, les contre-médias de réinformation ont pour principale fonction de *retraiter* l'actualité, afin d'être en capacité de la présenter au public une fois délivrée des artifices qui l'inscrivaient dans le « politiquement correct ». La première exigence formulée par les contributeurs de la fondation *Polémia* marque une opposition avec les médias *mainstream* : il ne s'agit pas de traiter de sujets laissés de côté par ces derniers, dans une logique de complémentarité, mais bien de souligner leur caractère « politiquement correct » et de passer l'actualité au tamis, afin d'être en capacité de la reformuler et d'apporter des informations complémentaires à son sujet. Cette première exigence est complétée par une seconde, d'ordre économique, visant à garantir l'indépendance des contre-médias de réinformation, tout en permettant à ces derniers de rendre leurs contenus accessibles à tous en ligne. Le modèle économique promu s'inspire de celui déployé par Radio Courtoisie, mêlant « le mécénat, les dons et les abonnements volontaires, d'une part ; les ventes de produits dérivés (livres notamment) d'autre part⁸⁰ ». Partant, est envisagée, dès 2008, la création d'un média professionnel de réinformation, financé par les dons, en capacité de payer certains des techniciens y travaillant et d'accueillir bénévolement des « patrons d'émissions ». Les contours de ce média sont précisés dans l'édition de 2013 de *La tyrannie médiatique* : une chaîne de télévision

⁷⁹ *Ibid.*, p. 159.

⁸⁰ Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique. Les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, p. 324.

« alternative identitaire ». Le projet « Notre Antenne », mentionné dans le texte, constitue ainsi les prémisses de la web-TV *TVLibertés*.

1.2.4.3. Gramsci comme référence identitaire

La référence à Antonio Gramsci⁸¹ permet aux contributeurs de *Polémia* de faire référence à la stratégie *métapolitique* qu'ils souhaitent voir déployée en ligne, et dont la réinformation ne constitue qu'une dimension. Il peut cependant apparaître comme surprenant d'observer que des acteurs issus de l'extrême droite se réclament explicitement d'un auteur communiste. Le présent développement n'a pas pour objet d'observer le caractère partial, voire abusif, des emprunts au penseur italien, mais plutôt de les inscrire dans une filiation et un environnement permettant de mieux les comprendre.

La référence à Antonio Gramsci doit être appréciée comme la revendication d'une filiation stratégique avec la Nouvelle droite. Cette mouvance structurée autour du GRECE et de ses satellites (parmi lesquels le Club de l'Horloge), a privilégié le « combat culturel » à la lutte politique. Elle s'est réclamée d'un « gramscisme de droite », la référence à l'auteur italien relevant d'objectifs symboliques permettant de « forcer les portes du ghetto d'extrême droite » (Taguieff, 1984b). La mouvance avait pour ambition de contrer la subversion portée par les acteurs de la culture, les mass-médias et l'Université et d'instituer un « contre-pouvoir culturel » renversant la majorité idéologique. Tous les espaces de l'expression culturelle avaient vocation à être employés à cette fin, et la Nouvelle droite a ainsi fait preuve d'une certaine modernité formelle en employant le cinéma, ou encore la bande dessinée pour diffuser ses idées (Duranton-Crabol, 1988). Tamir Bar-On (2012) observe aussi justement qu'Internet et les ressources numériques ont été mis à profit par la Nouvelle droite, des sites Internet ayant été créés pour assurer la promotion des nombreuses revues de la mouvance, ainsi que pour participer à la diffusion de certains textes⁸². La logique contre-hégémonique développée par la Nouvelle droite, ainsi que son emploi stratégique de la référence à Gramsci sont repris par la

⁸¹ Membre fondateur du parti communiste italien, Antonio Gramsci est emprisonné par le régime fasciste à compter de 1926. Il reste en prison jusqu'à sa mort en 1937, et y rédige ses *Cahiers de prison* dans lesquels il développe notamment la thématique de l'hégémonie culturelle.

⁸² Le site <https://www.alaindebenoist.com/>, animé par l'association « Les Amis d'Alain de Benoist » est exemplaire de cette volonté.

mouvance identitaire au début des années 2000, pour qualifier son emploi d'Internet (Cahuzac et François, 2013). L'ambition portée par les identitaires consiste alors à influencer sur l'opinion publique en imposant, en ligne, certaines thématiques et certains cadrages. Si les militants vantent cet usage du web et les succès qui y seraient associés, ces derniers doivent cependant être relativisés (Jacquet-Vaillant, 2021). Comme pour les acteurs du GRECE, quelques trente ans auparavant, la revendication par les identitaires d'une filiation avec le penseur italien « relève de l'investiture : elle consiste à se sanctionner et sanctifier, en se faisant connaître et reconnaître dans une différence stratégique socialement acceptable » (Cahuzac et François, 2013, p. 282). En conséquence, le « gramscisme technologique » dont se réclame *Polémia* s'inscrit dans un double ancrage : il s'agit pour les animateurs de la fondation de reprendre le flambeau « métapolitique » de la Nouvelle droite, mais aussi de s'inscrire comme partie prenante de la mouvance identitaire.

Il est cependant intéressant de noter que si elle était initialement affichée et revendiquée, la référence explicite à la Nouvelle droite disparaît des « douze thèses » dans la version révisée publiée en 2013. Là où le texte de 2008 stipulait dans son introduction que « [la conception métapolitique défendue par Gramsci] a été reprise, dans les années 1965/1985, par le courant de la Nouvelle Droite pour qui la bataille des idées primait sur la bataille politique⁸³ », rendant claire la filiation avec la Nouvelle droite, la « mise en livre » (Chartier, 1997) du texte a conduit à l'abandon de toutes les références permettant d'établir un tel lien. La filiation revendiquée explicitement devient dès lors implicite. De fait, ce n'est pas la seule occurrence pour laquelle on peut observer un effacement du renvoi direct à la Nouvelle Droite.

Déjà, dans ce même texte, la référence à Dominique Venner, membre fondateur du GRECE et essayiste ayant consacré ses travaux à l'histoire, est effacée au moment de la mise en livre et de la reprise du texte. De plus, comme précédemment mentionné, les références des textes de *Polémia* sont mouvantes dans le temps, et certaines sont progressivement effacées. C'est notamment le cas d'un texte d'Alain de Benoist, « Le système des médias », qui est le second texte auquel le dossier numérique de 2003 renvoie. Plusieurs textes du dossier y renvoient par ailleurs en

⁸³ Jean-Yves Le Gallou, « Douze thèses pour un gramscisme technologique », *Polémia*, 1^{er} novembre 2008. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1763>.

le citant⁸⁴. Dans les brochures de 2006 et 2008, le penseur de la Nouvelle droite voit son texte cité une première fois⁸⁵, et mentionné une seconde⁸⁶. L'ouvrage de 2013 voit en revanche la disparition de toute référence à ce texte, et plus largement à son auteur : il ne figure ni dans la bibliographie ni dans l'index. Aussi, les dix années correspondent-elles ici à un effacement de la figure d'Alain de Benoist dans les textes de *Polémia* : référence cardinale en 2003, il est absent en 2013. Ce retrait doit être interrogé dans une perspective stratégique : pourquoi des distances sont-elles prises avec l'auteur et la mouvance qu'il incarne ? Cette dynamique est-elle associée à la perte d'influence de ce dernier dans la mouvance identitaire⁸⁷ (Jacquet-Vaillant, 2021) ?

1.3. Circulations et réceptions

Plusieurs espaces de convergence initiés par Jean-Yves Le Gallou ou *Polémia* ont permis la circulation des discours mettant en exergue l'exigence de réinformation, au sein de la mouvance identitaire, mais aussi au-delà. Comme précédemment mentionné, est créé en 2007 le « Bulletin de réinformation » de *Radio Courtoisie*, dont Jean-Yves Le Gallou est le « patron d'émission », selon la formule consacrée de la station. L'émission dure alors une quinzaine de minutes, à l'occasion desquelles sont traités trois sujets et quelques brèves⁸⁸. Elle est aussi, et surtout, l'occasion d'impliquer un premier réseau de contributeurs, dépassant le noyau des animateurs de la fondation *Polémia*. Un document communiqué par Jean-Yves Le Gallou⁸⁹ permet d'identifier les individus participant à l'émission, ainsi que d'isoler leurs principales propriétés. Les individus y participant ont ainsi en commun un capital culturel et scolaire important : en 2008, parmi les nouveaux contributeurs encore en études dont la formation est précisée dans le document, cinq sont étudiants

⁸⁴ Jean-Yves Le Gallou, « La télévision, arme maîtresse de la tyrannie médiatique », *Polémia*, 19 octobre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=676>. ; Andréa Massari, « Internet, l'altermédia », *Polémia*, 17 octobre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=674>.

⁸⁵ *Polémia*, La tyrannie médiatique, 2006, pp. 12-13.

⁸⁶ *Ibid.*, p. 49.

⁸⁷ Marion Jacquet-Vaillant remarque en effet que ses enquêtés tendent à ne pas lire Alain de Benoist, notamment parce qu'il est considéré comme trop « tolérant » vis-à-vis de l'islam, quand d'autres figures de la Nouvelle droite continuent à être lues et citées comme des références intellectuelles : Guillaume Faye et Dominique Venner, notamment.

⁸⁸ « Guide des bonnes pratiques (Bulletin réinformation) », document d'archive communiqué par Jean-Yves Le Gallou, 20 novembre 2007.

⁸⁹ « Equipes de réinformation sous la direction de Jean-Yves Le Gallou (Bulletin de réinformation) », document d'archive communiqué par Jean-Yves Le Gallou, 10 décembre 2009.

à Sciences Po, un à l'EM Lyon et un dernier étudie le droit à Créteil. Dans la même logique, parmi les actifs dont la profession figure dans le document, on trouve des représentants des professions intellectuelles supérieures : un professeur de mathématiques, un analyste économique, un documentaliste ou encore un responsable d'études économiques au sein d'un fonds d'investissement. Au-delà de cette considération, les affiliations et affinités militantes, syndicales et associatives précisées dans le document attestent d'une volonté de réunir différentes tendances de droite et d'extrême droite autour du projet : on précise ainsi que telle nouvelle contributrice est « proche du Mouvement pour la France⁹⁰ », qu'un autre est « chef de troupe aux scouts d'Europe », ou encore qu'un troisième participe au mouvement identitaire et à son site d'information *Novopress*. Les participants à l'émission sont par ailleurs issus de différentes générations, et n'ont pas la même expérience des médias militants, ni même les mêmes expériences militantes. Certains, comme Emmanuel Ratier, précédemment mentionné comme étant une inspiration revendiquée par *Polémia*, bénéficient d'une réputation établie à l'extrême droite. Pour d'autres, la participation à l'émission s'inscrit dans le prolongement d'expériences au sein de médias militants de la mouvance identitaire⁹¹. Elle peut aussi correspondre à une entrée en médiactivisme indépendante de tout militantisme préalable, et prolongé depuis lors auprès d'autres contre-médias de réinformation⁹². Le groupe des participants à l'émission est secondé par un second réseau, de nature technique. En effet, *Radio Courtoisie* ne bénéficiait pas – et ne bénéficie toujours pas – de fréquences couvrant l'ensemble du territoire hexagonal. Pour pallier ceci, l'émission est diffusée en ligne *via* le blog *FdeSouche* et l'agence de presse identitaire *Novopress*.

Au-delà de cette initiative radiophonique se réclamant de la réinformation, *Polémia* se consacre à compter de 2008 à l'organisation de moments de sociabilité qui sont l'occasion d'assurer la publicisation et le développement de la doctrine, mais aussi d'actualiser les relations entre médiactivistes d'extrême droite. Ces moments s'inspirent de ceux initiés par le Club de l'Horloge (Lamy, 2016), aussi, encore une fois, les initiatives développées reprennent des modèles organisationnels connus et

⁹⁰ Créé en 1994, le MPF est animé par Philippe de Villiers. Le parti a été dissous en 2018.

⁹¹ Entretien avec Xavier, 20 juin 2019.

⁹² Entretien avec Sylvain, 5 décembre 2019.

éprouvés par les acteurs. Les Journées d'études de la réinformation (2008-2014), dont une grande partie des interventions figure dans le corpus, ont ainsi pour principal objet la présentation des points de doctrine élaborés par les différents contributeurs. Ceux-ci sont donc présentés oralement, avant d'être mis à la disposition des internautes sous la forme d'articles en ligne. Ces Journées permettent aussi la mise en commun de ressources et de pratiques, à travers l'organisation d'ateliers dédiés, ayant pour objet d'initier les médiactivistes à des techniques et savoir-faire spécifiques. Ainsi, en 2009, un atelier a vocation à apprendre à ces derniers à « produire [leurs] propres images ». En 2010, deux ateliers sont organisés, le premier consacré à la rédaction de dépêches et le second à la réalisation de vidéos. Finalement, en 2011, trois ateliers à visée pratique sont mis en place, portant sur des formats spécifiques (blogs et vidéos), ainsi que sur une pratique *journalistique* singulière, l'entretien. Ces ateliers sont animés par des contributeurs de *Polémia* mais aussi des individus issus de *Radio Courtoisie*, de *Novopress*, *Novobreizh* ou encore de *FdeSouche*. La cérémonie des Bobards d'or (depuis 2010), sur laquelle je reviens spécifiquement dans le troisième chapitre, moque les journalistes des médias dominants, en récompensant chaque année les mensonges les plus exemplaires du « système médiatique ». La visée parodique de l'évènement s'inscrit clairement dans la lignée du prix Lyssenko, remis par le Club de l'Horloge, qui était remis à des universitaires accusés d'avoir « apporté une contribution exemplaire à la désinformation en matière scientifique ou historique, avec des méthodes et arguments idéologiques » (Henry de Lesquen et le Club de l'Horloge, cités par Lamy, 2016, p. 350). La portée satirique de l'occasion n'empêche pas la tenue de discours ayant pour principal objet d'étayer la doctrine médiactiviste : aussi la première cérémonie des Bobards d'or est-elle l'occasion pour Jean-Yves Le Gallou de développer « Dix-sept thèses sur le système médiatique français⁹³ » et pour Michel Geoffroy de traiter de la désinformation⁹⁴. *Polémia* s'associe à cette occasion à des sites Internet, se définissant explicitement comme contribuant à la réinformation ou non, et qui participent directement à l'animation de la cérémonie ou à sa diffusion (*Agence2Presse* prenant en charge sa diffusion en ligne). Sur la

⁹³ Jean-Yves Le Gallou, « Dix-sept thèses sur le système médiatique français », *Polémia*, 21 avril 2010. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=2832>.

⁹⁴ Michel Geoffroy, « La technique de désinformation », *Polémia*, 21 avril 2010. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=2833>.

période 2003-2013 qui m'intéresse ici, les sites *Délit d'images*, *Novopress*, *FdeSouche*, *Agence2Presse*, *Nouvelles de France* et *Europa Radio* bénéficient de ce statut de partenaire.

Ces espaces de convergence ont donc été pensés par *Polémia* comme des moyens de mettre en circulation des discours traitant de la réinformation, ceci auprès de personnes précédemment engagées dans un médiactivisme extrême droitier (les Journées d'étude de la réinformation) et auprès du public d'extrême droite (les Bobards d'or). La prise en compte de l'existence de ces événements ne doit cependant rien laisser présumer quant à la réception de ces discours par ces différents publics, et quant à leur appropriation (Hall, 1994). Les entretiens réalisés avec les médiactivistes permettent de mettre en lumière les appropriations différenciées des textes et idées de *Polémia*, mais aussi d'apprécier leur lecture effective. Ainsi, Georges, dont le site s'autoproclame « premier site régional de réinformation » (*Nice Provence Infos*) déclare « [lire] tout ce qui concerne la réinformation », ainsi qu'entretenir des relations personnelles avec Jean-Yves Le Gallou, l'amenant à échanger fréquemment avec ce dernier sur ce thème.

« Il y a un site dont on n'a pas parlé, c'est *Polémia*. Déjà, est-ce que vous aviez lu les textes de Jean-Yves Le Gallou sur la réinformation ?

Alors, Jean-Yves Le Gallou, je le connais aussi depuis longtemps. Donc, on se connaît, voilà. On est amis, on sait très bien qui est qui. On l'avait même fait venir, en tant que conférencier, à l'époque du Bloc identitaire. Et puis j'ai gardé contact avec lui. Lui, je lui envoie des trucs de temps en temps, vous voyez. À lui. Parce que je suis très branché réinfo, manipulation, novlangue... j'adhère beaucoup à sa façon de penser, je trouve qu'il est très-très fort. Et quand j'ai un truc sur lequel je travaille, je lui envoie à lui, direct. En disant « j'ai trouvé ça ». Et lui souvent le reprend.

Et donc vous aviez lu... Je pense à la Tyrannie médiatique ?

De Le Gallou, je sais plus... Le dernier bouquin que j'ai lu, il date d'il y a quatre ou cinq ans. Par contre, je lis tout ce qui concerne la réinformation... » (entretien avec Georges, 17 novembre 2020).

De son côté, interrogé sur sa propre conception de sa réinformation, Roger me fournit une définition très proche de celle figurant dans les contributions de la fondation. Dès lors, je l'interroge sur sa lecture des textes de la fondation :

« Est-ce que vous avez lu des textes sur le sujet, par exemple de Jean-Yves Le Gallou ?

*Oui, bien sûr. Bah *Polémia*, qui ne lit pas *Polémia* ? C'est un type extraordinaire. Je l'ai rencontré plusieurs fois. Un mec très bien, vraiment très-très bien.*

*La Tyrannie médiatique, c'est un livre que vous avez lu ?
Ah non, je ne l'ai pas lue la Tyrannie médiatique. Non, je ne l'ai pas lue.
C'est un peu comme je disais dans mon dernier article ; j'aimerais lire
beaucoup plus de livres, mais d'abord, ça coûte relativement cher, quand
même, et puis effectivement tous les sujets ne me passionnent pas. [...] C'est pas évident, j'ai pas le temps quoi. Tout simplement. » (Entretien
avec Roger, 10 décembre 2020).*

Ici, l'enquêté identifie bien la fondation et celui qui se présente comme l'intellectuel organique de la mouvance identitaire. Quand bien même il semble appréhender son rôle de médiactiviste de réinformation d'une manière proche des définitions proposées par *Polémia*, il n'a pas lu *La Tyrannie médiatique*, et la suite de l'entretien met en lumière une fréquentation avant tout occasionnelle du site de la fondation. De fait, la rencontre avec Jean-Yves Le Gallou, telle que narrée par l'enquêté (« j'ai vu un homme qui était petit physiquement, qui me semblait fragile physiquement. Mais d'une intelligence vive, quelque chose de passionnant quoi. C'est quelque chose cet homme-là. ») semble primer sur le rapport aux idées portées par ce dernier. Un dernier cas de figure, présent chez plusieurs des médiactivistes, consiste en une mise à distance des idées portées par la fondation – qui n'en restent pas moins connues par les interrogés – en les jugeant non-pertinentes eu égard à la pratique dans laquelle ils sont personnellement engagés. C'est notamment le cas de Martial Bild et d'Élise, travaillant pour la web-télévision TV Libertés, chaîne dont ils sont les salariés. Pour ces deux enquêtés, le terme de « réinformation » construit une relation dans laquelle les médiactivistes ne sont pas indépendants des médias *mainstream* et ne font que réagir aux informations données par ces derniers. Parce qu'ils estiment ne pas être engagés dans cette relation de dépendance au *mainstream* et être en capacité de porter une parole autonome en étant « créateurs d'information », ils refusent – au moins devant moi⁹⁵ – l'emploi du terme de réinformation pour qualifier leur travail. Ce point est illustré par Martial Bild par la référence à une interview de Marion Maréchal Le Pen, qui avait été reprise par les médias *mainstream*⁹⁶.

⁹⁵ Ces deux acteurs sont dans le même temps intégrés dans des réseaux dans lesquels aucun stigmatisme n'est attaché à l'exigence de réinformation, et où s'en réclamer est valorisé. De fait, *TV Libertés* se décrit comme une web-TV participant pleinement à ce monde au moment des entretiens – dans sa communication comme dans ses appels à la générosité des internautes –, laissant penser que cette distance prise avec l'expression chez ces deux acteurs est beaucoup plus la fonction d'une opportunité et d'un contexte qu'une posture claire, arrêtée et définitive.

⁹⁶ France 3 Alpes Côtes d'Azur, « PACA : Marion Maréchal-Le Pen explique pourquoi elle quitte la politique », *France 3 Alpes-Côtes d'Azur*, 10 mai 2017, mis à jour le 12 juin 2020. URL : <https://france3-regions.francetvinfo.fr/provence-alpes-cote-d-azur/vaucluse/paca-marion-marechal-pen-explique-pourquoi-elle-quitte-politique-1250873.html>.

« “ré-information” c’était, dans mon esprit, une propagande qui répondait à une propagande. C’était une contre-propagande. [...] je ne pense pas que ça puisse être le fondement de la chaîne. Et qu’il fallait être créateurs, nous, de notre propre information. Et je m’enorgueillis de penser que maintenant, quelques fois – pas tout le temps et c’est encore dérisoire – que la presse mainstream court après l’information que nous avons diffusée. Parce que nous avons été créateurs d’information. Quand Marion Maréchal quitte la vie politique, provisoirement, semble-t-il, ou pas, c’est sur TVLibertés. Et donc là, nous sommes enfin créateurs d’information, et c’est donc la presse mainstream qui court après nous » (Entretien avec Martial Bild, 8 avril 2019).

Ces exemples invitent donc à souligner trois points. Le premier est la centralité de *Polémia*, tous les médiactivistes interrogés sur le sujet ayant connaissance de la fondation, de son travail, ainsi que de l’identité de son principal animateur. En cela, l’étude des discours de l’association se révèle pertinente. Le second point concerne la lecture effective des textes de la fondation : on ne doit pas exclure *a priori* de la sphère des médiactivistes de réinformation les acteurs ne les ayant pas lus, et venus à partager les conceptions de *Polémia* par des rencontres avec des médiactivistes ou autres « autrui significatifs », ou encore par la fréquentation d’évènements dédiés à la question, ceci potentiellement au prix d’appropriations variées des textes originels. En ceci, l’étude des seuls textes présenterait une aporie, celle de ne représenter qu’une version idéalisée du médiactivisme de réinformation tel que conçu par ceux qui l’ont théorisé et promu. L’analyse des routines déployées par les réinformateurs à travers leurs entretiens et le codage des sites et blogs (chapitres 5 et 6) permettra de relever les potentiels écarts séparant la doctrine de la pratique. Finalement, le dernier point concerne la revendication de l’étiquette réinformatrice : alors que certains des acteurs s’en réclament, d’autres cherchent à s’en détacher. L’exemple des contributeurs de TVLibertés sur lequel je me suis appuyé permet en outre de suggérer que cette revendication varie en fonction du public auquel est confronté le médiactiviste. En effet, aux moments auxquels les entretiens étaient conduits avec ces deux enquêtés, la web-TV se définissait comme la « 1^{ère} chaîne de réinformation ».

La réinformation est donc théorisée à compter de 2008 par la fondation *Polémia*, et s’intègre au développement d’un discours de critique des médias entamé en 2003.

Elle consiste en une déclinaison extrême droitière du médiactivisme contre-hégémonique : il s'agit pour les acteurs s'engageant dans cette voie de « mettre en lumière les médias dominants comme des vecteurs de propagande des pouvoirs économiques et politiques [et] de créer des contre-pouvoirs critiques » (Cardon et Granjon, 2010, p. 16). Face à une « tyrannie médiatique » omniprésente et omnipotente, imposant partout et à tous les exigences du « politiquement correct », Internet est présenté comme un espace propice au repli. Là peut être déployée une stratégie contre-culturelle qualifiée de « gramscisme technologique ». Le terme de réinformation va alors correspondre à la volonté d'impliquer des acteurs dans la production et la mise en circulation de contre-discours sur les faits d'actualité.

Le travail doctrinal mis en place par la fondation est fortement imprégné des conceptions métapolitiques propres à la Nouvelle droite. La volonté de développer un « gramscisme technologique » relève de la continuation du « combat culturel » promu par le GRECE et ses satellites, qui se réclamaient déjà alors de l'intellectuel italien. J'ai de plus démontré que les modalités de diffusion des idées adoptées par la fondation reprennent celles développées par le Club de l'Horloge, dont sont issus plusieurs des membres de *Polémia* : la rédaction d'ouvrages synthétisant des productions collectives, l'organisation d'évènements à l'habillage scientifique (les Journées d'études de la réinformation), ou encore la remise de prix satiriques visant à discréditer des adversaires idéologiques (les Bobards d'or). Comme le faisait la Nouvelle droite, les contributeurs de *Polémia* proposent une « contre-lecture théorique de l'adversaire » (Taguieff, 1984b, p. 77), en subvertissant des références et des thèmes présents dans les initiatives médiactivistes progressistes. Ce constat sera développé plus en avant dans les prochains chapitres, les stratégies de rétorsion (Angenot, 1982) mises en œuvre par les médiactivistes apparaissant clairement à travers différentes dimensions de leurs activités. Cependant, il convient de bien noter que cette filiation avec la Nouvelle droite est progressivement gommée, ce qu'illustre le retrait progressif des références au texte « Le système des médias » d'Alain de Benoist dans les différentes éditions de *La tyrannie médiatique*. Cette dynamique nécessite d'être interrogée afin d'observer la carrière (Leconte, 2019) des idées issues de la Nouvelle droite à l'extrême droite, et notamment au sein des sphères identitaires.

Je l'ai précédemment souligné, la production doctrinale de *Polémia* n'a pas pris fin en 2013, et plusieurs de ses productions depuis cette date participent à sa critique des médias⁹⁷ et l'actualisent. De même, d'autres acteurs du monde de la réinformation concourent à cette critique, en ligne comme à travers l'édition d'ouvrages dédiés⁹⁸.

⁹⁷ Jean-Yves Le Gallou, Michel Geoffroy et Polémia, *Dictionnaire de novlangue*, ed. Via Romana, 2015. Voir aussi la brochure Polémia, *Libertex 2019. L'indice de la liberté d'expression*, 2019.

⁹⁸ Martial Bild et Philippe Milliau, *Défaire le parti des médias*, Dualpha éditions, 2022 ; Maximilien Dreyer et Claude Chollet, *Yann Barthès : le ricanement au « Quotidien » : chronique d'une imposture*, La Nouvelle Librairie éditions, 2020.

CHAPITRE 2. CARTOGRAPHIER POUR EXPLORER. ANALYSER LES RELATIONS SUR LE TERRITOIRE MEDIACTIVISTE

Dans ce chapitre, j’emploie une méthode instituée depuis les années 1970, l’analyse de réseaux. Celle-ci consiste en la reconstitution de système d’interdépendances entre acteurs d’un milieu social donné, avec pour finalité de décrire l’influence du système sur le comportement de ses membres (Lazega, 2014). Les interdépendances faisant l’objet des études peuvent alors être de natures diverses : relations d’amitié (Bellotti, 2008), coopération entre acteurs économiques (Lazega, 2013), cooptation sur le marché du travail (Beaman et Magruder, 2012), *etc.* Comme le synthétise Emmanuel Lazega (2014), « un réseau social (métaphore d’un système d’interdépendances) est défini méthodologiquement (pour des raisons techniques) comme un ensemble de relations spécifiques (par ex. collaboration, soutien, conseil, contrôle ou encore influence) entre un ensemble fini d’acteurs ». Il s’agit ainsi d’une méthode d’analyse quantitative mettant le primat sur des variables relationnelles, dans une perspective inspirée de la sociologie de Georg Simmel (Racine, 2002). Le développement des réseaux comme outils de description du social (Bastin, 2010) doit énormément au développement de la théorie des graphs, prolongement des sociogrammes développés par Moreno, qui permettent la représentation graphique des relations des différents acteurs, ainsi que la mesure des propriétés structurales du réseau (Mercklé, 2016). Une telle méthode repose alors sur des concepts et un vocabulaire propre. Ceci, dans un premier temps pour renvoyer aux éléments élémentaires composant le graph : les unités étudiées (individus, entreprises, *etc.*) y sont représentées sous forme de points appelés sommets, ou nœuds ; et les relations faisant l’objet de l’analyse sont figurées sous la forme de flèches liant ces sommets, appelées arcs. Dans un graph, deux sommets connectés entretiennent donc le type de relation soumis à l’analyse (selon les exemples mentionnés plus haut : relations d’amitié, coopération économique, cooptation sur le marché du travail). *A contrario*, l’absence d’arcs signifie que deux acteurs n’ont pas développé de relation du type de celle soumise à l’étude. Ce qui ne signifie en aucun cas que les deux acteurs

n'entretiennent aucune relation : deux entrepreneurs peuvent par exemple développer des relations de coopération économique approfondies sans qu'il ne soit jamais question d'amitié.

Par-delà ces considérations, la méthode présente un « outillage conceptuel » (Mercklé, 2016) qui dépasse la seule représentation graphique des réseaux d'interdépendances et rend possible leur traitement mathématique. Ainsi, le recours à la « méthode structurale » (Lazega, 2014) a pour avantage de permettre de déterminer les acteurs dotés d'une certaine importance au sein des réseaux étudiés. Ceci repose notamment sur plusieurs indicateurs relevant de la notion de centralité⁹⁹, et je m'appuie ici sur l'un d'entre eux : la centralité de degré. Elle correspond au nombre de contacts directs d'un acteur, est qui est donc d'autant plus élevée que l'acteur considéré est engagé dans de multiples relations. On calcule donc la centralité de degré d'un sommet sur la base du nombre d'arcs qui en partent ou y arrivent. En permettant d'apprécier la taille de son voisinage direct, l'indicateur permet de jauger de l'intégration ou au contraire de l'isolement d'un sommet au sein d'un réseau. Le second indicateur que je retiens est une sous-composante du premier ; le demi-degré intérieur (ou *indegree*), qui correspond au nombre d'arcs directement dirigés vers le sommet étudié. On mesure alors de fait sa popularité (Mercklé, 2016), son prestige (Lazega, 2014)¹⁰⁰.

Au-delà des indicateurs traitant des propriétés individuelles des sommets, des concepts propres à l'analyse de réseau permettent de traiter des relations entretenues par deux sommets ou plus. Deux nœuds connectés par un arc sont dits adjacents. La distance entre deux sommets connectés de la sorte est de 1. Elle peut être supérieure, et calculée, entre deux nœuds d'un même réseau, s'il existe un chemin entre eux, c'est-à-dire une suite d'arcs permettant de les connecter indirectement. La « distance géodésique » correspond alors au chemin le plus court séparant deux sommets (Mercklé, 2016). La cohésion au sein d'un réseau peut être appréhendée à travers le calcul de sa « densité ». L'indice, compris entre 0 et 1 établit le rapport entre le

⁹⁹ Olivier Godechot (2012) définit ainsi la centralité comme un « indicateur de l'importance sociale dans un univers donné ». Il traite ensuite de trois types de centralités : la centralité de degré (voir ci-après), la centralité de proximité (l'inverse de la distance moyenne entre un individu et les autres membres du réseau) et la centralité d'intermédiarité (la part des plus courts chemins passant par un individu).

¹⁰⁰ On notera que le demi-degré extérieur (auss appelé *outdegree*) correspond lui à la logique inverse : il s'agit de prendre en compte le nombre d'arcs sortant d'un sommet donné. On considère alors qu'un acteur manifeste un caractère grégaire d'autant plus prononcé qu'il dirige vers un nombre importants d'autres acteurs.

nombre de liens possibles dans un réseau et le nombre de liens existant effectivement, selon la formule suivante, où k est le nombre effectif d'arcs dans le réseau et n le nombre de sommets composant le réseau étudié :

$$d = k/n(n - 1)$$

Il est aussi possible de définir des sous-groupes au sein d'un réseau, en fonction de la cohésion qui les caractérise. Les « cliques » correspondent aux sous-ensembles les plus cohésifs : elles nécessitent que les sommets qui les composent soient adjacents. Aussi, elles peuvent exister, mais restent généralement de petite taille. Les *n-cliques* ne sont pas fondées sur l'adjacence mais sur l'accessibilité et le diamètre. Leur circonscription s'appuie sur le nombre de pas nécessaires pour accomplir le chemin entre les sommets, qui doit rester inférieur à la valeur n . Finalement, des algorithmes variés sont employés pour définir des communautés au sein d'un réseau : marches aléatoires ayant pour objet de définir les zones de fortes densités (*random walk*) (Pons et Latapy, 2005), cohésion structurelle (Moody et White, 2003) visant à progressivement épurer les données pour ne conserver que les sommets faisant partie des ensembles les plus cohésifs, *etc.*

C'est sur la base de ces considérations que je propose ici d'étudier les relations entretenues entre les différents sites et blogs participant au monde de la réinformation, en s'appuyant sur les liens hypertextes qui les mettent en contact. Il s'agit donc de considérer les jeux de citations et de renvois déployés par ces différents acteurs. Le postulat central est que ces (inter)citations intègrent les contraintes algorithmiques (Sire, 2016) et contribuent à tisser une toile permettant aux médiactivistes de gagner en légitimité et en visibilité. Le réseau dont je traite ici relève donc aussi bien de la méthode que j'emploie (l'analyse de réseau) que de l'objet traité¹⁰¹ (un réseau en ligne) (Maillochon, 2012).

Dans la collecte des données et leur traitement, ce chapitre s'appuie en grande partie sur les méthodes computationnelles, ou *digital methods*, dont les développements ont été féconds, pour les sciences sociales en général et les SIC en particulier. Elles ont en effet permis de collecter des données numériques – parfois massives – avec exhaustivité, et ont offert de nouvelles modalités de traitement automatisé des jeux de données ainsi formés (Rebillard, 2011b). De la même manière, elles présentent

¹⁰¹ Cette approche permet aussi d'objectiver les relations d'acteurs qui se présentent eux-mêmes communément, dans leurs discours ordinaires comme dans les entretiens, comme les maillons d'un réseau métaphorique.

un réel intérêt dans la restitution des résultats, par le recours à des représentations graphiques rendant facilement intelligibles des données complexes (par ex. avec les nuages de mots). Dans le même temps, il convient de souligner que ces méthodes « ne peuvent se suffire à elles-mêmes » (Rebillard, 2011b, p. 373), et que leur emploi, pour ne pas relever de démarches purement inductives dans lesquelles les hypothèses de travail seraient absentes, nécessite de s'intégrer à une problématisation sociologique ne fermant pas la porte aux analyses qualitatives complémentaires.

Les dernières années ont vu la multiplication d'études portant sur des terrains numériques et employant des méthodes computationnelles, et plus particulièrement des analyses de réseau. Cette méthode permet de distinguer les acteurs *mainstream* de l'information en ligne des acteurs alternatifs, dans un travail portant sur le pluralisme de l'information en ligne (Marty, Rebillard *et al.*, 2012). De la même façon, elle est employée dans l'étude des règlements des conflits sur l'encyclopédie en ligne Wikipédia (Auray, Hurault-Plantet *et al.*, 2009). Finalement, les données collectées sur Twitter sont aussi propices aux analyses de réseaux, comme en attestent une variété d'études, permettant notamment de distinguer des communautés politiques pertinentes dans l'ensemble des comptes-utilisateurs (Chavalarias, Gaumont *et al.*, 2019 ; Ratinaud, Smyrniaios *et al.*, 2019).

Plusieurs études ont été l'occasion de considérer les liens hypertextes comme des variables relationnelles d'intérêt dans les ensembles constitués par des blogs, qu'ils soient consacrés ou non à l'actualité. La blogosphère politique est ainsi appréhendée comme « une affaire de liens et de stratégie de connexions » dans une étude mêlant collecte automatique des blogs et des liens hypertextes les reliant et codage manuel (Cardon, Fouetillou *et al.*, 2011). Il s'agit alors pour les auteurs de distinguer les différents ensembles politiquement pertinents composant ce territoire en ligne (de l'extrême gauche à l'extrême droite), et d'observer leurs comportements citationnels. À cette occasion, ils relèvent que les groupes politiques les moins centraux sont les moins bien représentés en ligne. Ainsi, « l'extrême droite [...] représente 5% en 2007 et 7,2% en 2009 des sites et blogs de la blogopole. Elle souffre par ailleurs d'un relatif ostracisme, recevant moins de liens venant d'autres blogs de la blogopole mais plutôt des liens issus des sites de presses et des blogs Actu et opinions » (Cardon *et al.*, 2011, p. 81-82). Une seconde étude (Cardon,

Fouetillou *et al.*, 2014) est l'occasion de dresser une typologie des blogs en fonction de leurs comportements citationnels et des citations qu'ils reçoivent. Elle met aussi l'accent sur le phénomène de longue traîne qui caractérise la réputation en ligne. En effet, plus de 63% des blogs étudiés sont considérés comme invisibles, et ce quelle que soit l'intensité de leurs pratiques citationnelles, signifiant qu'ils bénéficient d'un faible nombre de liens entrants. Plus récemment, des études reposant sur des *digital methods*, et plus particulièrement les méthodes propres à l'analyse de réseau, ont eu pour objet d'étudier spécifiquement le territoire formé par les producteurs d'informations en ligne. L'une d'entre elles s'appuie sur la base de données de l'initiative de certification des informations et des sites d'actualité développée par *Le Monde*, le « Décodex » (Venturini, Jacomy *et al.*, 2018). Sur la base des classifications figurant dans cette base de données et des langues de publication des éditeurs de contenus, différentes catégories sont dégagées par les auteurs avant même l'analyse (médias nationaux, étrangers, sites complotistes, *etc.*). L'étude porte alors sur la connectivité entre catégories, c'est-à-dire sur le nombre de liens qui les lient, ainsi que sur leur direction. Les auteurs notent que les médias nationaux renvoient essentiellement vers leurs pairs, et en second lieu vers les forums et plateformes et les médias non francophones. Les médias d'extrême droite (n=80 dans la base de données du Décodex) renvoient eux en premier lieu aux médias nationaux, et d'une manière moindre vers leurs pairs et les médias étrangers. L'étude met ainsi en avant la dépendance de tous les médias en ligne à l'égard des médias estimés être les plus fiables : ceux relevant du *mainstream*. Ceci est y compris valable pour les acteurs manifestant une défiance à l'égard des médias dominants : médias d'extrême droite, sites conspirationnistes, *etc.* Pour autant, cette étude acte de l'existence de liens entre catégories sans interroger la signification qui est donnée à ces derniers. Sont-ils des liens affirmatifs ou contestataires (Haller et Holt, 2019)¹⁰² ? Dans tous les cas, les conclusions de cette étude rejoignent celles d'une enquête réalisée pour le compte de l'Institut Montaigne (2019), dans laquelle les médias d'extrême droite sont rangés dans deux catégories distinctes en fonction de leurs habitudes citationnelles. Contrairement à l'étude employant comme référence la base de sites Internet du Décodex, les sites et blogs sont catégorisés par

¹⁰² Pour des développements à ce sujet, voir le chapitre 3.

l'algorithme en fonction de leurs profils relationnels – et non en fonction de critères définis *a priori* par le chercheur –, aboutissant à l'existence de quatre classes distinctes participant à la structuration concentrique des mondes de l'information, organisés autour d'un noyau composé de médias influents : *core media* ; *ring media* ; *satellite media* ; *niche media*¹⁰³. Les contre-médias de réinformation et d'extrême droite sont alors rangés dans des sous-catégories au sein des ensembles formés par les *ring media* (*Russia Today*, *Fdesouche*, *Valeurs Actuelles*, *Sputnik*, *etc.*) et les *satellite media* (*Breizh Info*, *Égalité et Réconciliation*, *etc.*).

Les deux études mentionnées ci-dessus cherchent donc à placer le territoire représenté par les acteurs de l'information d'extrême droite et de la réinformation en ligne dans un écosystème informationnel plus large. La présente contribution porte, elle, sur la structuration de ce territoire. Quelles en sont les propriétés structurales ? Avec quels critères peut-on y identifier des sous-communautés pertinentes ? Quels sont les acteurs proéminents du réseau ?

Dès les débuts de l'Internet, des universitaires ont noté l'opportunité que représentait cette nouvelle technologie pour les extrêmes droites (Moreau, 1998, 2004), que l'on considère leur capacité à diffuser leurs matériaux de propagande ou à recruter de nouveaux membres. Des travaux ont ainsi eu recours aux analyses de réseaux sur la base de données issues du web, afin d'étudier les territoires formés par les sites et blogs s'inscrivant dans cette tendance. Une étude étasunienne menée au début des années 2000 sur les sites suprémacistes blancs (Burriss, Smith *et al.*, 2000) permet ainsi de distinguer les sites les plus proéminents sur la base de leur demi-degré intérieur, ainsi que d'observer les comportements citationnels des différents sous-groupes composant l'ensemble des 80 sites Internet étudiés. Ces comportements citationnels sont en outre étudiés dans une perspective stratégique : les auteurs notent notamment que les organisations cherchant à recruter des membres (partis, groupuscules, *etc.*) ou des clients (librairies, disquaires, *etc.*) ont un intérêt limité à rediriger les internautes vers leurs concurrents. Au contraire, les sites

¹⁰³ Les catégories sont définies comme suite dans le rapport de l'Institut Montaigne. Les *core media* désignent l'ensemble des publications qui sont largement citées par les autres catégories tout en citant elles-mêmes très rarement les médias des autres catégories (*Le Monde*, *Libération*, *Les Echos*, *etc.*). Les *ring media* citent à la fois les *core media* et les *satellite media*, en étant occasionnellement cités par les *core media* (*Russia Today*, *Valeurs Actuelles*, *Fdesouche*, *etc.*). Les *satellite media* développent d'importantes pratiques de citations mais ne sont jamais cités en retour (*Les Crises*, *Égalité et Réconciliation*, *etc.*). Les *niche media* renvoient aux médias locaux et spécialisés qui attirent l'attention des autres catégories.

Internet négationnistes ont, eux, tout intérêt à rediriger vers d'autres sites, afin de conjurer la marginalité qui les caractérise. L'analyse de réseau est aussi employée par Manuela Caiani et Linda Parenti dans leur étude comparative des extrêmes droites américaines et européennes en ligne (2013). Une telle méthode permet selon elles de révéler des ensembles d'acteurs partageant les mêmes orientations, ayant accès à de mêmes ressources et développant des interactions. Elles notent bien cependant que l'analyse de réseau sur la base des relations en ligne ne peut être approchée comme une façon d'appréhender l'ensemble des relations des organisations étudiées hors-ligne, et que la démarche ainsi adoptée ne permet de faire la lumière que sur une partie des rapports entretenus. La perspective comparative adoptée par les auteures permet de révéler les différences entre contextes nationaux : en France, les organisations les plus prégnantes du réseau constitué sont les partis politiques et les organisations nationalistes et patriotiques, quand les organisations culturelles sont les plus importantes dans le réseau étasunien. Dans une perspective macro, les auteures notent que les extrêmes droites françaises et allemandes sont les plus cohésives en ligne, quand elles sont plus fragmentées dans les autres pays, et particulièrement aux États-Unis. Dans le contexte italien, Luca Tateo (2006) emploie l'analyse de réseau pour étudier les relations entretenues par 77 sites correspondant à différentes tendances idéologiques et activités principales (groupes révisionnistes et négationnistes ; portails musicaux, labels et fanzines ; *etc.*). Son étude aboutit à la conclusion qu'il existe effectivement un réseau de sites interconnectés, organisé autour de sous-communautés plus cohésives. Caterina Froio (2017) reprend cette démarche pour la transposer sur l'Internet français. Pour ce faire, elle constitue un corpus de 77 sites représentant des partis politiques, des mouvements sociaux et des groupes plus restreints s'inscrivant dans des tendances politiques identifiées, notamment par Jean-Yves Camus et Nicolas Lebourg (2015) : « nationalisme radical » ; « nationalisme révolutionnaire » ; « nationalisme catholique » ; « nationalisme populiste royaliste » et « nationalisme autoritaire »¹⁰⁴. Au sein du territoire observé, les

¹⁰⁴ Les « nationalistes radicaux » représentent l'orientation la plus commune dans le réseau de Caterina Froio, avec 30% de sa base de données. Cette catégorie renvoie aux acteurs extérieurs à l'arène électorale, porteurs d'une politique ayant comme préoccupation principale la question ethnique (*Riposte Laïque, Bloc identitaire, Ligue du Midi, etc.*). Les sites « nationalistes révolutionnaires » représentent l'héritage des droites ayant cherché à développer une offre politique originale à la fin du XIXe siècle : répondre aux besoins et aux aspirations du peuple tout en rejetant le marxisme. Cette droite porteuse de « vellétés révolutionnaires [et d']accents anticapitalistes » (Camus et Lebourg, 2015, p. 26) est

relations sont – comme dans le cas du territoire italien étudié par Luca Tateo – plus nourries dans chacun des sous-groupes. L’analyse de réseau est en outre complétée par une analyse de contenu, qui permet de distinguer les figures de l’altérité les plus fréquemment pointées du doigt par ces sites. Caterina Froio constate ainsi que les musulmans sont désignés comme une menace par l’ensemble des sites qu’elle étudie. Les immigrés (97.4% des sites et blogs), les élites (90.9%) et les homosexuels (72.7%) font ainsi partie des exogroupes les plus fréquemment mis à l’index dans son corpus.

Ces différents travaux illustrent donc l’intérêt que représente l’analyse de réseau dans l’étude de l’emploi d’Internet par l’extrême droite. Les développements apportés dans ce chapitre s’inspirent en grande partie du travail réalisé par Caterina Froio (2017), articulé autour de l’identification des principaux acteurs du réseau et l’identification de sous-communautés pertinentes.

2.1 Constitution de la base de données et choix des logiciels d’appui à l’analyse

Le corpus de sites Internet sur lequel s’appuie l’analyse a été constitué en plusieurs temps. J’ai d’abord constitué une base de données de sites et blog pour le compte de l’INA, dans le cadre du projet OT Médias¹⁰⁵. Cette première base de données dénombrant 228 sites et blogs n’était pas circonscrite au phénomène de réinformation. Elle s’inscrivait en effet dans une perspective exploratoire et reflétait une préoccupation plus large : l’intégration dans la base OT Médias d’un éventail de sites et blogs dans lequel figureraient différentes mouvances et tendances représentatives de l’extrême droite française. Étaient ainsi représentés des sites

notamment représentée en ligne par le site *Egalité et Réconciliation* d’Alain Soral. La catégorie des « nationalistes catholiques » renvoie aux sites promouvant un ordre naturel d’inspiration catholique et s’opposant à la modernité. La catégorie est cependant relativement hétérogène puisqu’elle englobe aussi bien des organisations catholiques modérées que d’autres caractérisées par une forme de radicalité, à l’image de *Civitas*. La quatrième catégorie est elle aussi hétérogène puisqu’elle agglomère des sites de partis porteurs d’un nationalisme fermé et d’une altérophobie prononcée (*Front national*, *Rassemblement Bleu Marine*, *SIEL*, etc.) avec d’autres, représentant d’un royalisme d’inspiration maurassienne (*Action française*). Ces deux composantes partagent cependant une « vision souverainiste du peuple “autochtone” » (Froio, 2017, p. 56). Les « nationalistes autoritaires » sont les moins représentés : il s’agit de « groupes dont la raison d’être est de faire revivre un ordre passé (le pétanisme, le nazisme ou le fascisme mussolinien) ou une situation passée (l’Algérie française) » (*ibid.*).

¹⁰⁵ L’Observatoire Transmedia est une plateforme de recherche développée par l’INA ayant pour objet d’inclure d’importants volumes de données issues de différents médias (AFP, TV, Web, etc.). Ceci permet notamment d’observer la circulation des informations, leurs reprises et leurs reformulations (Cagé, Hervé *et al.*, 2017).

d'organisations partisans, ainsi que ceux de mouvements sociaux ou de groupes et groupuscules ne s'inscrivant pas dans la démarche médiactiviste des acteurs de la réinformation. Ce premier corpus a servi de base pour la constitution du second, sur lequel se concentre l'analyse. La base de données soumise à l'analyse est le produit d'une double exigence. D'abord, un souci d'épure, en écartant tous les sites et blogs n'ayant pas pour activité principale l'offre numérique de contre-informations sur l'actualité. Les sites partisans, notamment, ont ainsi été écartés (Rassemblement national, Debout la France, l'Union Populaire Républicaine), de la même manière que l'ont été ceux relevant des mouvements sociaux d'extrême droite (par ex. La Manif pour Tous). Dans le même temps, la collecte de données était guidée par une prétention à l'exhaustivité : la navigation sur le territoire composé par les médiactivistes proposant une contre-information en ligne a été accompagnée par l'ouverture systématique des liens hypertextes proposés dans les *blogrolls* et autres pages de recommandation. Les sites et blogs marqués par une ligne éditoriale relevant de la droite radicale ou de l'extrême droite et proposant une lecture oppositionnelle de l'actualité et/ou une critique du journalisme *mainstream* ont ainsi été consignés sur plusieurs semaines de navigation. Cette démarche systématique m'a permis de prendre connaissance d'environnements numériques dont j'ignorais jusque-là l'existence. Tous les sites et blogs conservés à cette étape ont en commun d'être engagés dans la production de discours critique à l'égard des médias dominants et de contre-discours sur l'actualité. Tous ne se revendiquent cependant pas ouvertement de la réinformation, conformément à ce qu'illustraient les précédents développements consacrés à la circulation des textes de la fondation *Polémia* (Chapitre 1). La base de données issue de cette navigation systématique sur plusieurs semaines aboutit ainsi à un résultat plus riche que ne l'aurait été la seule recherche sémantique sur des moteurs de recherche variés, qui n'aurait renvoyé qu'aux sites se réclamant ouvertement de la réinformation.

La compilation des adresses URL opérée, il s'est agi de ne conserver que les sites et blogs actifs, ceci pour éviter d'alourdir inutilement la collecte de liens avec des sites ayant mis fin à leur activité éditoriale. Ceci était d'autant plus important que, comme le note Stéphane François, les extrêmes droites sont généralement engagées dans des formes de sur-activisme en ligne, pouvant donner lieu à la multiplication de coquilles vides permettant de donner « l'impression d'une domination politique

et/ou médiatique » (2018, §1). Il apparaît en outre que la disparition, ou la mise en suspens de l'activité de certains sites et blogs sont assez fréquentes, comme l'a illustré la comparaison de la base de données constituée pour le compte du projet OT Média avec celle utilisée par Caterina Froio dans son article « Nous et les Autres » (2017). À titre d'illustration, j'ai en effet observé le hiatus du site du Bloc identitaire pour Paris et la région parisienne, ou encore la disparition du site de l'organisation de femmes « Belle et Rebelle ». J'ai fait le même constat au moment de la révision de ma propre base de données, qui visait à intégrer à mon analyse des sites créés entre 2018 et 2021 : une vingtaine de sites étaient devenus inactifs¹⁰⁶, quand d'autres avaient tout bonnement disparu¹⁰⁷. Dans le même temps, des sites avaient été créés, que j'ai souhaité intégrer à l'analyse, comme les initiatives médiactivistes portées par des étudiants avec lesquels j'ai réalisé des entretiens (*L'Étudiant libre* et *Campus Vox*) ou celles nées dans le contexte de la crise sanitaire de 2020-2021 (*Réinfo Covid*). Ce constat invite à insister dès à présent sur le caractère dynamique et transitoire, du web en général, et du territoire de réinformation en particulier.

Comme dans le cas de l'étude de Caterina Froio, la base de données comprend essentiellement des sites français. J'ai en effet considéré que les sites et blogs y figurant devaient proposer aux internautes des contenus en langue française et s'adresser en priorité à des internautes français, en traitant de sujets domestiques. Aussi, si quelques sites étrangers sont représentés, c'est parce qu'ils publient des contenus d'actualité en français, et qu'ils s'inscrivent dans une perspective similaire à celle des contre-médias de réinformation. C'est notamment le cas de *Russia Today* (Mattelart, 2018) et *Sputnik News*. Des sites belges et suisses sont aussi intégrés, en ce qu'ils entretiennent des relations, au moins en ligne, avec des initiatives médiactivistes françaises. La nature de ces liens a notamment été soulignée dans une étude conduite sur le site suisse *Les Observateurs* (Jammet et Guidi, 2017). Ses auteurs notent que celui-ci se fait le relai de contenus proposés par des sites de réinformation français, et qu'il entretient des relations approfondies avec d'autres sites procédant à l'instrumentalisation du principe de laïcité au profit de l'expression

¹⁰⁶ Parmi lesquels les sites *d'Agence2presse*, le blog de Boris Le Lay (médiactiviste ayant développé d'autres projets parallèles), ou encore le blog de Guillaume Faye (intellectuel de la Nouvelle Droite s'étant suicidé en 2019).

¹⁰⁷ Parmi ces derniers, on compte notamment les sites *Suavelos*, ainsi que *Blanche-Europe.info* ou *Lagauchematuer.fr*.

d'une islamophobie débridée (notamment *Riposte Laïque*, site faisant aussi partie de la base de données).

Afin de construire la base de données relationnelles sur laquelle s'appuie l'analyse, j'ai employé le crawler Hyphe, développé par le Médialab de Sciences Po (Jacomy, Girard *et al.*, 2016). Le programme, conçu spécialement pour les applications en sciences sociales, permet de collecter et d'indexer automatiquement les liens hypertextes figurant sur les sites Internet explorés. Comme j'ai utilisé la version de démonstration du programme, dont la profondeur du *crawling* est limitée à un clic, j'ai pris soin de construire les entités explorées en incorporant, quand elles existaient, les pages redirigeant vers les sites amis / partenaires – ou les *blogrolls* dans le cas des blogs. Ainsi, en prenant pour exemple le site du Visegrád Post, l'entité *crawlée* comprend :

- la page d'accueil du site dudit média, ici <https://Visegrádpost.com/fr/accueil/>
- la page du site présentant des liens sortants vers les sites « partenaires » du site ou blog observé. Ici, son URL est le suivant <https://Visegrádpost.com/fr/partenaires/>

Le 27 juillet 2021, j'ai procédé à l'exploration de la base de données de 136 sites et blogs proposant une relecture d'extrême droite de l'actualité, que j'avais précédemment constituée via le programme Hyphe¹⁰⁸. À l'issue du *crawling*, j'observe que cet ensemble est mis en relation par 1143 arcs. La densité du réseau ainsi formé est de 0.062, signifiant que les liens existants effectivement entre les sommets représentent 6.2% des liens potentiels. Le réseau ainsi constitué est donc sensiblement plus cohésif que celui observé par Caterina Froio, quand bien même il compte un nombre plus important de sommets. Le graph est par ailleurs réputé « non-connexe », signifiant que tous les acteurs ne sont pas mis en relation, même indirectement. En effet, le site *Bellica*, dédié aux femmes, n'est connecté à aucun autre sommet du réseau et est en conséquence isolé.

Le programme Hyphe permet d'accéder à une première représentation du réseau (Figure 3), dans laquelle l'importance de chaque sommet est relative à son demi-degré entrant. L'*indegree* le plus important est ici de 44. Le programme permet aussi d'identifier les sommets adjacents : en cliquant de manière aléatoire sur chacun, je

¹⁰⁸ Du fait d'un problème dans l'utilisation de Hyphe, le site *Burdigala Presse* n'a pas été inclus dans l'analyse de réseau.

peux savoir à quels autres nœuds ils sont directement connectés, ainsi que la direction des arcs, relative au sommet de référence : entrant (*in*), sortant (*out*) ou réciproque (*symmetric*). Ce dernier point invite à souligner que le graph sur lequel je travaille est dit « orienté », et qu'il reflète ainsi les potentielles asymétries relationnelles entre les sites et blogs, conformément à ce que souligne la littérature à ce sujet. Les arcs sont ainsi dirigés : un site A peut renvoyer vers un site B, sans que ce dernier ne renvoie à A.

Les prochaines représentations graphiques ainsi que les calculs sont réalisés avec l'appui du logiciel Gephi, spécifiquement développé pour les analyses de réseaux. Là où la lecture de certains graphes, notamment dans le cas des réseaux de petite taille, peut être instructive et conduire à de premiers enseignements (Godechot, 2012), il est ici assez difficile de tirer des informations de cette première représentation réalisée sur le logiciel.

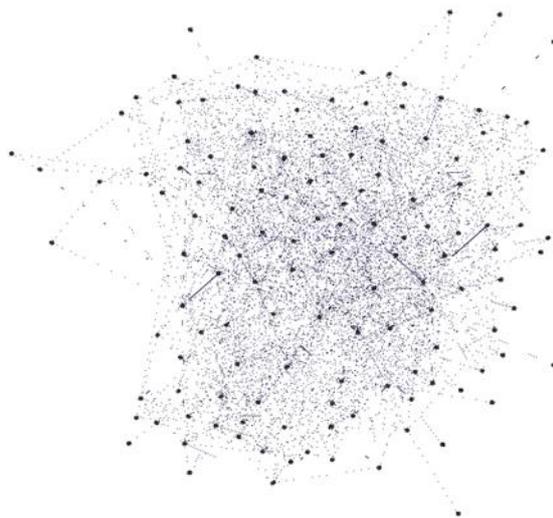


Figure 3 : Vue d'ensemble du réseau de sites et blogs

2.2 Identifier les acteurs prestigieux dans le réseau

Comme je l'ai noté, la représentation graphique proposée ci-dessus n'est pas facilement lisible et interprétable. Confronté à la difficulté d'en tirer directement des enseignements, il apparaît nécessaire de s'appuyer sur l'indicateur mentionné en introduction de ce chapitre, la centralité de degré, ainsi que sur ses deux composantes, la centralité de demi-degré intérieur (*indegree*) et la centralité de degré extérieur (*outdegree*). Comme précédemment noté, la première peut être appréciée comme un indicateur de prestige et de popularité au sein d'un réseau. La seconde révèle plutôt l'ouverture et l'activité d'un site Internet donné. Ces deux composantes sont indépendantes : un site très actif – renvoyant donc à une multitude de sites et de blogs – peut ne pas être populaire, et inversement (Cardon *et al.*, 2014). Dès lors, il apparaît nécessaire de bien distinguer les deux composantes de la centralité de degré des différents sites et blogs et – si possible – d'inscrire les différences observées dans une perspective stratégique.

La distribution de la centralité de degré (voir Annexe 3) fait état d'un écart certain entre valeurs maximales ($n=71$) et minimales ($n=0$, le site *Bellica* n'étant connecté par aucun arc aux autres sommets du réseau). Le degré de centralité moyen des 136 sommets est de 16.8, quand la médiane est à cet égard de 12. Les cinq sites et blogs affichant les centralités de degré les plus importantes ont en commun de présenter d'importants *outdegree*, traduisant donc des niveaux d'activité importants (Tableau 5). Les trois premiers sont des blogs, tendant à citer beaucoup plus de sites et blogs qu'ils ne sont eux-mêmes cités. L'activité éditoriale de ces blogs consiste en premier lieu dans le relai de contenus produits par d'autres sites et blogs. Ils sont aussi caractérisés par un nombre moyen de publications quotidiennes important. En agrégeant des contenus, ces blogs se proposent en premier lieu comme les chambres d'écho d'initiatives médiactivistes plus institutionnalisées. Cette position permet de valoriser certains contenus et certaines thématiques, et de maximiser leur visibilité. Elle est ainsi une des manifestations du sur-activisme souligné par Stéphane François (2018). Dans les trois cas, l'identité des auteurs-animateurs des blogs n'est

pas précisée¹⁰⁹. On notera cependant que le blog de Synthèse nationale est adossé à une publication papier : une revue éponyme¹¹⁰, qui propose des articles cette fois-ci originaux. La logique consistant à considérer en premier lieu les demi-degrés sortants révèle ainsi la prééminence des blogs parmi les initiatives médiatiques ayant les pratiques citationnelles les plus importantes¹¹¹. Cependant, parmi les sites et blogs affichant les centralités de degré les plus importantes, on trouve aussi deux sites faisant l'objet de citations plus fréquentes : *Riposte laïque*, site comptant plus de mille cinq cent contributeurs et engagé dans une critique « crapuleuse » de l'Islam (Jacquemain, 2015), et l'agence de presse identitaire *Novopress* (Cahuzac et François, 2013), un des premiers sites à s'être présenté aux internautes comme un site de réinformation¹¹².

	Centralité de degré	Demi-degré sortant	Demi-degré entrant
By-Jipp.blogspot.com	71	63	8
synthesenationale.Hautetfort.com	68	52	16
Françaisdefrance.Wordpress.com	56	52	4
Ripostelaique.com	51	27	24
Novopress.info	49	30	19

Tableau 5 : Les cinq sites affichant les centralités de degré les plus importantes

À l'opposé du spectre, certains sites d'actualité sont caractérisés par des *indegree* importants, alors associés à des *outdegree* faibles, voire nuls. À l'exception de *FdeSouche*, qui occupe une position d'infomédiaire, les sites affichant un demi-degré entrant supérieur à 30 sont des producteurs de contenus originaux, articles et

¹⁰⁹ A titre d'illustration, la présentation du blog *Ma France* (By-Jipp.blogspot.com) est allusive et laisse entendre qu'il n'y a qu'un seul animateur pour le blog, de sexe masculin. La description sert autrement à affirmer la différence entre identité valorisée et identité décriée sur le blog : « Ma France, c'est celle de Charlemagne et de Rouget de L'isle. Ma France c'est celle des clochers et des Cathédrales qui sonnent les heures. Ma France c'est celle de la Marseillaise et du chant des Partisans. Ma France elle est jambon de pays, saucisson et cochonaille. Ma France ce n'est pas celle des minarets et des muezzins qui appellent à la prière. Ma France elle est Bleu Blanc Rouge et ceux qui ne l'aiment pas n'ont qu'à en partir, rien ne les a obligé [*sic*] à y venir et rien ne les oblige à y rester. »

¹¹⁰ Les exemplaires sont en vente sur le site de la maison d'éditions Synthèse Editions. URL : <https://synthese-editions.com/categorie-produit/revues/synthese-nationale/>.

¹¹¹ Ainsi, si l'on considère les cinq sites et blogs ayant les pratiques citationnelles les plus importantes, il faut ajouter aux trois premiers blogs ici présentés les blogs *conseildansesperanceduroi.Wordpress.com* (*outdegree* de 41) et *Leblogalupus.com* (n=39). Le premier site de la liste est alors *Novopress.info*, en septième position.

¹¹² Pendant un temps, le site se présentait en effet comme une « arme de réinformation massive », en ligne mais aussi à travers du matériel de propagande affiché et distribué par des militants identitaires. Il continue à se présenter comme un acteur du monde de la réinformation, comme permet de le noter son actuelle autodescription : « “Novo” signifie, en latin, “renouveler” ou encore “refaire”. Novopress se donne comme objectif de refaire l'information face à l'“idéologie unique”. Mais ce travail de réinformation ne peut pas se faire seul. La complémentarité entre les différentes plateformes existantes doit permettre de développer un véritable écosystème réinformationnel ».

vidéos (Tableau 6). Ces sites sont aussi caractérisés par des chartes graphiques proches de celles des médias *mainstream*, notamment par le biais de leur rubricage¹¹³. Dans leurs présentations aux internautes, ils se présentent par ailleurs comme des représentants de plain-pied de la profession journalistique. *Boulevard Voltaire* se définit ainsi comme un site « créé et animé par un groupe de journalistes attachés à leur indépendance, réunis par une commune passion de l’information, de l’analyse, de l’investigation, de la réflexion et du débat¹¹⁴ ». De la même façon, *Breizh Info* se définit comme un « média engagé » ayant pour volonté de « décrire les faits, rien que les faits, et [de] les mettre en perspective les uns avec les autres¹¹⁵ ». *Russia Today* insiste de son côté sur la reconnaissance de la chaîne par la profession, par le biais des prix qu’elle s’est vu attribuer dans la couverture d’évènements variés¹¹⁶. Parmi ces six sites, sur lesquels je vais revenir, cinq sont des *pure players*, c’est-à-dire des sites natifs de l’Internet, quand le dernier est un média en ligne, le site d’un titre de presse magazine. Ces sites présentent-ils des caractéristiques communes qui permettraient d’expliquer leur position ?

	Centralité de degré	Demi-degré sortant	Demi-degré entrant
Bvoltaire.fr	45	1	44
Fdesouche.com	41	0	41
Francais.RT.com	39	0	39
Valeursactuelles.com	38	0	38
Breizh-Info.com	35	4	31
Tvlibertes.com	34	3	31

Tableau 6 : Six sites affichent un indegree de 30 et plus

¹¹³ A titre d’exemple, *Breizh Info* présente les rubriques suivantes : « Politique », « International », « Société », « Culture et Patrimoine », « Environnement », « Sciences », « Sports », « Le Mag’ » et « Bzhk », qui ne distinguent *a priori* pas le site des autres sites d’information régionale. D’autres initiatives présentent un rubricage laissant entrevoir de manière plus claire le positionnement politique du média, à l’instar de *Boulevard Voltaire*, qui présente une catégorie « Immigration », qui côtoie les rubriques plus attendues « Politique », « Société » ou encore « Economie ».

¹¹⁴ Site de *Boulevard Voltaire*, onglet « À propos ». URL : <https://www.bvoltaire.fr/a-propos/>. Consulté le 5 aout 2021.

¹¹⁵ Site de *Breizh Info*, onglet « Qui sommes-nous ? ». URL : <https://www.breizh-info.com/qui-sommes-nous/>. Consulté le 5 aout 2021.

¹¹⁶ Site de *Russia Today*, onglet « A propos de RT » : « RT est lauréate du prix du festival Monte Carlo TV de 2013 pour la meilleure information en temps réel pour son reportage sur la météorite qui a atterri dans les environs de Tchéliabinsk. En 2010, RT a été la première chaîne de télévision russe à recevoir une nomination aux prestigieux International Emmy Awards dans la catégorie “actualités”. Depuis, RT a été finaliste à cinq reprises – un record pour une chaîne russe – notamment en 2012 pour sa couverture du mouvement Occupy Wall Street, et en 2014 pour son sujet sur la grève de la faim des détenus de Guantánamo. ». URL : <https://francais.rt.com/a-propos-de-rt>. Consulté le 5 aout 2021.

*Boulevard Voltaire*¹¹⁷ est un site créé en 2012 par Robert Ménard (ancien président de Reporter sans Frontières, et actuel maire de Béziers) et Dominique Jamet, journaliste alors membre de Debout la République. Cette initiative est motivée par les mots d'ordre suivants : « [lutter] contre l'ignorance, l'intolérance, le fanatisme et la sottise¹¹⁸ ». Dirigée un temps par Emmanuelle Ménard, épouse de Robert Ménard, la rédaction du site est encadrée depuis 2015 par Gabrielle Cluzel, journaliste ayant un accès routinisé aux arènes médiatiques traditionnelles, notamment par le biais des chaînes d'information en continu, où elle est fréquemment invitée à exprimer ses vues (Matonti, 2021). Certains des journalistes formés au sein de la rédaction du *pure player* bénéficient de ce même accès privilégié, à l'image de Charlotte d'Ornellas. La ligne éditoriale de *Boulevard Voltaire* a évolué depuis sa création, comme l'écrivent Lucie Delaporte et Loup Esparglière, journalistes pour *Mediapart* : « sous couvert d'une liberté d'expression totale, et alors que pendant un temps, certains contributeurs proviennent des rangs de la gauche, le site se mue rapidement en catalogue de toutes les pensées réactionnaires issues de la droite "hors les murs"¹¹⁹ ». Selon les deux journalistes, le site fait partie des acteurs œuvrant à l'union des droites.

*Fdesouche*¹²⁰ est un blog créé en 2005, devenu depuis 2006 un agrégateur d'actualité. Dans le chapitre qu'ils consacrent au site dans leur ouvrage *La fachosphère* (2016), Dominique Albertini et David Doucet insistent sur ses caractéristiques distinctives : relai de contenus produits en premier lieu par les médias francophones dominants, il doit être appréhendé comme un infomédiaire (Rebillard et Smyrniaios, 2010) se concentrant en premier lieu sur trois faits sociaux : l'Islam, l'immigration et l'insécurité. C'est en vertu de ces préoccupations que les deux journalistes associent ce site à la mouvance identitaire. Une étude conduite en 2018 confirme la prégnance de ce triptyque dans les préoccupations portées par le site : plus de quatre articles sur cinq relevaient de ces trois thématiques (Lukasik, 2018). Elle permet aussi d'insister sur les logiques éditoriales à l'œuvre, présentées sous la formule suivante : « copier, coller, couper ». Les informations

¹¹⁷ Site de *Boulevard Voltaire*. URL : <https://www.bvoltaire.fr/>.

¹¹⁸ Site de *Boulevard Voltaire*, onglet « À propos ». URL : <https://www.bvoltaire.fr/a-propos/>.

¹¹⁹ Lucie Delaporte et Loup Esparglière, « L'union de la droite commence par les médias », *Mediapart*, 19 janvier 2018. URL : <https://www.mediapart.fr/journal/france/190118/l-union-des-droites-commence-par-les-medias>.

¹²⁰ Site de *Fdesouche*. URL : <https://www.fdesouche.com/>

reprises par *Fdesouche* sont ainsi généralement tronquées, effaçant toute nuance et permettant de ne représenter qu'une seule dimension des faits sociaux traités.

Le site d'actualité *Russia Today*¹²¹ (RT) en français est une composante du dispositif diplomatique russe, née d'une volonté de « présenter une image plus positive de la Russie aux quatre coins du monde » (Mattelart, 2018). Suite au conflit géorgien de 2008, RT modifie son positionnement éditorial en devenant le relai des points de vue marginalisés dans les différents pays en direction desquels elle émet. Aussi est-elle une plateforme de choix pour les gauches contestataires en Amérique latine, quand elle abrite aussi bien des voix d'extrême gauche que d'extrême droite en Europe et aux États-Unis. La place donnée à ces dernières est à apprécier à l'aune de la posture adoptée par Vladimir Poutine, qui se présente volontiers comme le défenseur des valeurs traditionnelles, opposé aux valeurs décadentes supposément promues en Occident. Dans son chapitre consacré à la version française du site Internet du groupe, Tristan Mattelart analyse les articles produits par la rédaction du site sur une semaine, et en dégage plusieurs tendances. Le traitement de l'actualité internationale est tout d'abord l'occasion de glorifier la puissance russe, de critiquer les États-Unis, et de célébrer l'émergence de nouvelles puissances permettant de contester la puissance étasunienne. Dans un second temps, l'Europe est présentée comme un continent *en crise*, qu'il s'agisse de traiter de l'Union européenne et de ses dirigeants, des flux migratoires, ou de la *crise civilisationnelle* dans laquelle il serait engagé. Finalement, les articles consacrés à l'actualité domestique sont l'occasion de donner un écho aux critiques du gouvernement portées par les partis d'opposition. Ces trois dimensions, ainsi que l'opposition manifestée à l'égard des médias *mainstream*¹²² et les discours ordinaires des internautes observés par Tristan Mattelart sur les RSN invitent le chercheur à ranger *RT* parmi les contre-médias de réinformation. Parmi ces derniers, le site se distingue cependant de par son modèle économique : « grâce aux financements de l'État russe, [il] est moins soumis aux contraintes économiques que celles que connaissent [les] autres composantes [de la galaxie de la "réinformation"] » (Mattelart, 2018, p. 945).

¹²¹ Site de *Russia Today*. URL : <https://francais.rt.com/>.

¹²² La description du média dans l'onglet « A propos de RT » insiste ainsi sur le fait qu'il se distinguerait des médias *mainstream* : « Les actualités de RT traitent des principaux problèmes de notre temps sous un angle destiné aux spectateurs qui veulent en savoir plus en soulevant des sujets souvent ignorés par les médias grand public pour produire un contenu qui sort de l'ordinaire. RT propose un point de vue alternatif sur tous les grands événements du monde. ». URL : <https://francais.rt.com/a-propos-de-rt>. Consulté le 5 août 2021.

Magazine créé en 1966, *Valeurs Actuelles*¹²³ était originellement consacré à l'actualité financière. Son positionnement politique n'en était pas moins clair dès sa création : le fichier des abonnés croise ainsi celui des partisans de l'Algérie française. Il accueille aussi certaines plumes identifiées de l'extrême droite française à l'image de Lucien Rebatet. C'est dans les années 1990 que le titre révisé son positionnement éditorial, en accordant une place prépondérante à la politique et en assumant une ligne éditoriale conservatrice. Les nouvelles formules adoptées par le magazine depuis le milieu des années 2000 participent à la croissance du nombre d'exemplaires distribués, dans un contexte global de contraction du marché de la presse magazine d'information. Ainsi la diffusion totale du titre est-elle de 111.015 exemplaires en moyenne en 2020¹²⁴, quand elle était inférieure à cent mille exemplaires avant 2012. Au-delà du format papier, le titre a développé une stratégie numérique, manifeste avec la création et l'animation de la chaîne YouTube *VA+*¹²⁵, appelée à reprendre les codes des vidéos d'infotainment populaires en ligne auprès des populations jeunes¹²⁶, telles que celles proposées par Brut ou Kombini. Les sites *Breizh Info*¹²⁷ et *TV Libertés*¹²⁸ respectivement créés en 2013, et 2014 sont deux initiatives ayant contribué au développement de la réinformation, en employant largement l'expression dans leur communication à destination des internautes. Aussi le premier site s'est-il qualifié pendant un temps de « média indépendant de réinformation traitant de l'actualité bretonne et internationale sans concession¹²⁹ », quand le second se présente aux internautes comme la « 1^{ère} chaîne de réinformation¹³⁰ » ou comme un acteur « à la pointe de la ré-information¹³¹ ». Le premier site propose essentiellement des articles, quand le second, en qualité de web-TV, propose des émissions de plateau, ainsi qu'un journal d'actualité quotidien, les jours de semaine. En l'état, la littérature traitant de ces deux initiatives

¹²³ Site de *Valeurs Actuelles*. URL : <https://www.valeursactuelles.com/>.

¹²⁴ Données de l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM). URL : <https://www.acpm.fr/Support/valeurs-actuelles>.

¹²⁵ Chaîne de VA+, YouTube. URL : <https://www.youtube.com/channel/UCnIWNujSpiuH29-TBCz9aw>.

¹²⁶ Pauline Bock, « Avec VA+, Valeurs Actuelles s'installe sur YouTube », *Arrêt sur Images*, 18/03/2021. URL : <https://www.arretsurimages.net/articles/avec-va-valeurs-actuelles-sinstalle-sur-youtube>. Au 10 septembre 2022, la chaîne comptait 342.000 abonnés.

¹²⁷ Site de *Breizh Info*. URL : <https://www.breizh-info.com/>.

¹²⁸ Site de *TV Libertés*. URL : <https://www.tvlibertes.com/>.

¹²⁹ Archives du site <https://www.breizh-info.com/> consultées via web.archive.org. Archive au 10 février 2014, consultée le 03 août 2021.

¹³⁰ Site de *TV Libertés*. URL : <https://www.tvlibertes.com/>. Consulté le 03 août 2021.

¹³¹ Site de *TV Libertés*. URL : <https://www.tvlibertes.com/>. Consulté le 05 août 2021.

médiactivistes est réduite et rend nécessaire de s'appuyer sur un ouvrage hagiographique : *Le défi*¹³², rédigé pour célébrer les cinq premières années d'existence de la web-TV. Sa lecture permet d'insister sur la structuration en réseau qui se loge au principe de l'animation de ces deux sites, membres du « groupe Libertés », dans lequel *TV Libertés* occupe une position centrale. Le groupe Libertés, comptant d'autres acteurs, serait l'occasion de développer des relations de natures variées pour les initiatives médiactivistes y appartenant : échanges d'informations et de « scoops », formations communes, *etc.* Je montrerai cependant plus bas (Chapitre 8) que les ambitions de ce réseau ne se concrétisent pas pleinement.

Au moment du codage des sites et blogs, en avril 2021, j'ai collecté des informations relatives au trafic sur chacun (Tableau 7). À cette fin, j'ai employé l'extension développée par l'entreprise SimilarWeb pour le navigateur Google Chrome. Cette dernière permet d'accéder à plusieurs types d'informations : le nombre de visiteurs uniques par mois, le nombre moyen de pages vues par les internautes à chaque session, la durée moyenne des sessions de navigation, *etc.* Les informations étaient indisponibles pour 94 des sites et blogs, faute d'un trafic significatif. Comme j'en avais fait l'hypothèse, les sites bénéficiant des *indegrees* les plus importants, et présentés ci-dessus, sont caractérisés par un trafic important.

	Nombre de visiteurs uniques (avril 2021)	Durée moyenne des visites
Bvoltaire.fr	1 300 000	00 :06 :00
Fdesouche.com	2 530 000	00 :05 :12
RT.com ¹³³	131 820 000	00 :02 :22
Valeursactuelles.com	10 870 000	00 :04 :36
Breizh-Info.com	413 230	00 :02 :22
Tvlibertes.com	493 330	00 :02 :29

Tableau 7 : Les sites affichant les *indegrees* les plus importants bénéficient aussi d'importantes audiences (données d'avril 2021)

La lecture graphique peut être enrichie par les données relatives aux demi-degrés entrants. Les sites faisant autorité peuvent être isolés et identifiés sur le graphique (Figure 4), la taille des sommets et de leurs légendes étant proportionnelles à leur

¹³² Marie-Simone Poublon et Philippe Randa, *Le défi*, Dualpha éditions, 2019.

¹³³ Les données fournies par SimilarWeb ne concernent pas seulement la version française du site, mais bien l'ensemble des déclinaisons nationales de *Russia Today*, ceci expliquant l'importance des données relatives au nombre de visiteurs.

indegree. La liste des sites affichant des indegree égaux et supérieurs à 20, et que je considère en conséquence comme des autorités sur le territoire étudié, doit être complétée par les références suivantes : la fondation identitaire *Polémia* qui faisait l'objet du premier chapitre (27) ; *Sputniknews* (27) ; *Le Salon Beige* (25) ; *Riposte Laïque* (24) ; *Médias-Presses.info* (24) ; *Causeur* (23) ; *Égalité et Réconciliation* (22) ; *Présent* (21) ; *Réseau International* (20) et la revue *Eléments* (20).

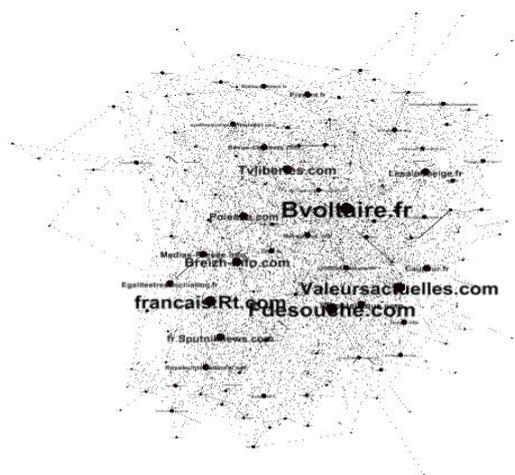


Figure 4 : Vue d'ensemble du réseau de sites et blogs. La taille des sommets et de leurs légendes est fonction de l'indegree

2.3 Territoires et communautés

Le lecteur initié aux spécificités du territoire médiactiviste ici étudié, et conscient des différences éditoriales et de positionnements idéologiques des sites mentionnés, ne pourra évidemment pas se satisfaire de cet exposé, qui nécessite maintenant de dégager des sous-ensembles pertinents. Si certains des sites et blogs ont des lignes éditoriales qui apparaissent claires et évidentes, d'autres se révèlent plus complexes à qualifier de manière arrêtée. Face à cette difficulté, les catégories que je déploie ici ne résultent pas d'une classification *a priori*, sur la base de leurs lignes éditoriales, mais de l'emploi de méthodes computationnelles. Ici, c'est l'indice de

modularité, tel qu'introduit par Newman (2006) que j'emploie. Celui-ci présente en effet l'intérêt de ranger les différents sommets composant le réseau étudié dans des communautés algorithmiquement pertinentes. Comme le synthétisent Nicosia *et al.* (2009) : « l'idée est simple : un sous-graphique forme une communauté si le nombre de liens entre les nœuds qui le composent sont plus nombreux que s'ils avaient été placés aléatoirement ». Il s'agit alors de dégager des communautés en fonction des liens, et non de paramètres prédéfinis par le chercheur. Positif, l'indice de modularité – calculé par Gephi – indique la présence de communautés pertinentes au sein d'un graphique. Il est ici de 0.24, et l'application algorithmique permet d'identifier six sous-ensembles pertinents, chacun identifié par une couleur spécifique dans la représentation graphique ci-dessous (Figure 5).

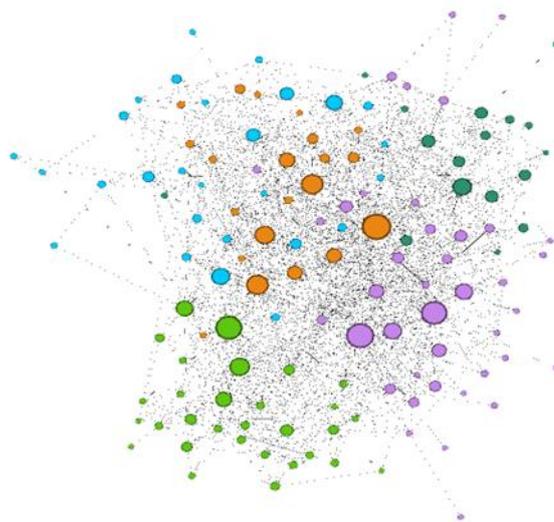


Figure 5 : L'indice de modularité permet de mettre à jour des communautés algorithmiquement pertinentes

Ici, les méthodes computationnelles propres à l'analyse de réseaux ont pour vertu de permettre de dégager des communautés¹³⁴ qui structurent le territoire de réinformation composé par l'ensemble des sites et blogs du corpus. Celles-ci sont caractérisées par des degrés de cohésion plus importants que l'indice de densité du

¹³⁴ Le site *Bellica* étant isolé dans le réseau, il n'est rangé dans aucune classe.

réseau (Tableau 8). Le jeu de couleur adopté dans la représentation graphique permet d'observer que chacune des classes occupe un espace spécifique sur le territoire considéré. Comme dans le cas de l'étude conduite par l'Institut Montaigne précédemment mentionnée, chaque site et blog est rangé dans une classe donnée en fonction de sa relation aux autres acteurs, et non en fonction d'autres critères pouvant apparaître pertinents tels que la ligne éditoriale adoptée. Cependant, il est possible de qualifier chacun des sous-ensembles ici présentés.

La classe 1 (Annexe 4) comprend notamment les sites Internet de titres *historiques* de l'extrême droite francophone, presse et magazine. On y trouve ainsi *Présent*, titre créé en 1975, devenu quotidien en 1982 et représentant la tendance traditionaliste de l'extrême droite française (Lecœur, 2007). Bien que préexistant à l'exigence de réinformation, le titre s'en est réclamé ces dernières années¹³⁵. Appartiennent aussi à cette classe les titres *Réfléchir & Agir*, *Rivarol*¹³⁶, *Politique Magazine*, *Faits et documents* ou encore *Jeune-Nation*. La station de radio *Radio Courtoisie*, créée en 1987, appartient de la même manière à cette catégorie. Cette partie du territoire médiatique compte cependant aussi des *pure players*, à l'image du site *Médias-Presse Info*.

La seconde classe (Annexe 4) est essentiellement composée de contre-médias catholiques¹³⁷, voire catholiques traditionalistes, à l'image du blog ayant l'*indegree* le plus important dans cet ensemble, *Le Salon Beige*. Ce dernier, dont la ligne éditoriale est présentée comme « catholique, identitaire et réactionnaire » par les journalistes Dominique Albertini et David Doucet (Albertini et Doucet, 2016), a connu un certain succès dans le contexte de mobilisation contre l'ouverture du mariage aux couples homosexuels. Ce sous-ensemble est par ailleurs dominé par le site *Riposte Catholique*, le blog de l'ancienne directrice de publication du quotidien traditionaliste *Présent*, Jeanne Smits, ou encore le site *Nouvelles de France*.

La troisième classe (Annexe 4) est caractérisée par la présence de contre-médias dont les lignes éditoriales font la part belle aux discours confusionnistes (Corcuff, 2020) et complotistes. Le brouillage des repères politiques, et notamment de la distinction entre droite et gauche peut ainsi être observé dans les lignes

¹³⁵ Il était de plus associé à plusieurs des mobilisations internes auxquelles j'ai assisté. Il convient de noter que le journal a mis fin à son édition imprimée quotidienne au début de l'été 2022.

¹³⁶ Plus ancien titre d'extrême droite encore en activité, car créé en 1951, ce journal se distingue par son antisémitisme.

¹³⁷ Les noms de ces sites et blogs sont à cet égard explicites.

éditoriales des contre-médias les plus proéminents de cette catégorie : *Russia Today* sert de plateforme aux voix contestataires d'extrême droite, et plus marginalement d'extrême gauche, quand *Égalité et Réconciliation* se réclame de « la gauche du travail [et de la] droite des valeurs¹³⁸ ». Le site d'Alain Soral développe de plus des discours ouvertement conspirationnistes, comme le souligne une étude consacrée au *cas Soral* : « tout phénomène collectif, bien que local et contingent, nécessite d'être articulé au mécanisme global de la domination sioniste, afin de révéler sa signification » (Collectif des 4, 2018, p. 53).

La quatrième classe (Annexe 4), caractérisée par la densité la plus importante des différents sous-ensembles, concentre notamment des initiatives médiactivistes proches de la mouvance identitaire (*Novopress*, *Polémia*) et de la Nouvelle droite (*Éléments*, *Les amis d'Alain de Benoist*). Comme je l'ai précédemment souligné dans le premier chapitre, c'est au sein de cette mouvance qu'est née l'exigence de réinformation, qui a depuis été reprise par d'autres tendances de l'extrême droite française. C'est donc sans surprise qu'on observe que certains des acteurs clés de la réinformation, s'en réclamant, ou s'en étant réclamés par le passé, appartiennent à cette catégorie : *TVLibertés* ; *Breizh Info* ; ou encore l'*Observatoire du Journalisme* (OJIM) qui est considéré comme un organe de réinformation par les journalistes Albertini et Doucet, quand bien même son créateur s'en défend.

Finalement, la cinquième classe (Annexe 4) est caractérisée par la présence de sites dont la raison d'être réside dans la manifestation d'une hostilité non dissimulée à l'égard de l'Islam, comme *Fdesouche*, précédemment mentionné. Appartiennent aussi à cette catégorie des sites engagés dans une critique de l'Islam supposément motivée par un attachement à la laïcité : *Les Observateurs*, ou encore *Riposte Laïque*.

¹³⁸ Site d'*Égalité & Réconciliation*. URL : <https://www.egaliteetreconciliation.fr/>.

	Nombre de sites/blogs	Soit %	Densité du subset
Classe 1 (bleu, « historiques »)	27	19.85%	0.13
Classe 2 (vert foncé, « catholiques »)	17	12.5%	0.21
Classe 3 (vert clair, « confusionnistes »)	30	22.06%	0.15
Classe 4 (orange, « identitaires »)	21	15.44%	0.23
Classe 5 (violet, « islamophobes »)	40	29.41%	0.10
Hors classe (rose, <i>Bellica</i>)	1	0.74%	Nul
TOTAL	136	100%	0.062

Tableau 8 : Le réseau peut être subdivisé en cinq classes

Au moment du codage des sites et blogs composant la base de données, j'ai noté que seulement 19 se réclamaient – plus ou moins explicitement¹³⁹ – de la réinformation. La création algorithmique de classes dans lesquels les contre-médias sont rangés en fonction de leurs profils relationnels invite à souligner que ces acteurs sont distribués dans les différentes classes, et non dans une en particulier¹⁴⁰. Si ces sites et blogs partagent donc une étiquette qui les oppose aux médias *mainstream* et signifie en principe le partage de vues et principes, ils sont donc insérés dans des sous-ensembles distincts, qui peuvent notamment être interprétés comme les reflets de différences dans leurs lignes éditoriales respectives. Ces différences nécessitent d'être intégrées afin de bien être en capacité de restituer la pluralité des voix se revendiquant de la réinformation, et en évitant ainsi de construire des convergences illusoire entre elles.

Dans le même temps, un regard critique doit être porté sur certains des résultats auxquels a abouti la constitution des classes. Des précautions doivent bien être employées dans la lecture de ces résultats. D'abord, il convient de rappeler le fait

¹³⁹ Si certains sites et blogs affichent l'étiquette réinformatrice directement dans leur nom (*Je réinforme*, *Réinfo Covid*, *etc.*) ou dans leurs slogans (*TV Libertés*), d'autres se revendiquent de la réinformation de manière plus allusive, à l'image d'*Égalité & Réconciliation* qui se définit en premier lieu comme une association politique, mais qui présente à plusieurs reprises les contenus proposés comme des contenus de réinformation. Site d'*Égalité & Réconciliation*, onglet « Présentation d'Égalité & Réconciliation ». URL : <https://www.egalitetreconciliation.fr/Presentation-de-Egalite-et-Reconciliation-1663.html>.

¹⁴⁰ Ainsi, quatre sites et blogs de réinformation sont rangés respectivement dans les classes 1 et 2, cinq sont classés dans les catégories 3 et 4. Un blog de réinformation appartient finalement à la cinquième classe.

que les sites et blogs sont classés en fonction de leurs profils relationnels et non de leurs lignes éditoriales. Les catégories correspondent en premier lieu à des agrégats d'acteurs engagés dans des relations de même type, et ce n'est qu'*a posteriori* que j'associe les classes ainsi constituées à des lignes éditoriales et politiques définies, et ceci conformément à ma connaissance du territoire observé. Les associations auxquelles j'aboutis dans ce cadre, quand bien même elles apparaissent pertinentes – particulièrement les classes 2 (catholicisme et catholicisme traditionaliste) et 4 (mouvance identitaire et Nouvelle droite) – peuvent évidemment être discutées. Par ailleurs, au niveau micro, certains sites et blogs peuvent être rangés dans des catégories qui n'apparaissent pas forcément comme les plus pertinentes eu égard à leurs lignes éditoriales, comme le notaient les auteurs du rapport de la fondation Montaigne (2019), qui employaient des méthodes de classification comparables à celle utilisée ici. À titre d'illustration, j'ai été surpris de trouver la « gazette en ligne catholique¹⁴¹ » *Le Rouge et le Noir* dans la classe 5, et non dans la classe 2. Plusieurs hypothèses peuvent être dégagées dans ce cadre, et nécessitent notamment d'investiguer les liens interpersonnels entretenus par les médiactivistes, qui peuvent se traduire par une propension à renvoyer vers d'autres sites ou blogs. Aussi les classifications de ce chapitre doivent être appréhendées comme des supports de travail et de réflexion, et non comme des résultats définitifs contre lesquels les raisonnements à venir dans les prochains chapitres viendraient buter.

2.4 Interroger l'analyse de réseau et son heuristique

La volonté de cartographier des territoires numériques relève du vœu pieux : comme l'écrit Jean-Christophe Plantin, « les corpus de sites web sont dépassés au moment même où ils sont créés » (Plantin, 2013). Ceci s'explique par une raison simple ; le web est dynamique. Aussi des liens nouveaux peuvent apparaître entre des sites qui étaient jusque-là isolés, d'autres peuvent être rompus, et surtout, de nouveaux sites et blogs peuvent être créés (et supprimés), qui vont s'insérer avec plus ou moins de facilité au(x) territoire(s) auxquels leurs créateurs souhaitent les rattacher. J'ai ainsi souligné précédemment les modifications observées quant aux sites et blogs intégrés

¹⁴¹ Site Internet *Le Rouge et le Noir*. URL : <https://www.lerougeetlenoir.org/>. Consulté le 6 aout 2021.

dans la base de données, et il est certain que chaque modification à ce niveau conduit à un changement – plus ou moins important – de la physionomie générale du réseau et des indicateurs employés pour l'étudier (au premier rang desquels, la densité). Aussi la mise en graph ici opérée ne peut être comparée à une cartographie au sens conventionnel du terme : il ne s'agit pas d'obtenir une représentation définitive et arrêtée du territoire médiactiviste, mais bien de dégager certains des équilibres – devant être considérés comme fragiles et précaires – qui le caractérisent à un moment donné.

Certains enseignements peuvent cependant être tirés de l'exercice. Le premier concerne la centralité des acteurs composant le réseau. Celle-ci est variable, et sans surprise eu égard aux apports de la littérature à ce sujet (Cardon *et al.*, 2014), ce sont les rédactions les plus alignées avec les standards professionnels (charte graphique employée, revendication d'une identité journalistique, *etc.*) qui sont les plus importants, quand les positions les moins centrales sont occupées par des blogs. Le second concerne l'opportunité que représente la segmentation du réseau en classes pertinentes. Comme observé, certains des sous-ensembles correspondent à des orientations idéologiques et politiques manifestes (en particulier dans les cas des communautés catholiques traditionalistes et identitaires/héritières de la Nouvelle droite), et ils illustrent en conséquence la variété des vues et opinions adoptant l'étiquette réinformatrice. Plus encore, ils permettent d'insister sur la structuration et la cohérence de ce monde social.

Ceci étant posé, quelques critiques peuvent être opposées au travail et aux analyses ici proposées. Une d'entre elles s'appuie sur un point fréquemment soulevé (Plantin, 2013) et consiste à interroger la valeur donnée aux liens hypertextes. Tous ne peuvent pas être entendus comme la manifestation de proximités idéologiques ou d'approbations, en ce qu'ils peuvent aussi être employés dans une perspective critique ou sarcastique. Aussi, il convient d'interroger la nature effective des liens joignant deux sites ou blogs. Dans ce chapitre, j'ai opté pour une définition *a minima* de la valeur des liens : ils sont pour les acteurs des outils de co-construction de la légitimité et de la visibilité de la réinformation. Ces liens en ligne ne disent cependant rien (ou très peu) des relations que peuvent entretenir les animateurs de sites et blogs, qui peuvent être engagés dans des jeux de concurrence (autour de questions d'audience, mais aussi dans les levées de fonds auprès des internautes ou

encore dans l'obtention de revenus publicitaires, *etc.*) ou de collaboration. Les entretiens semi-directifs conduits avec des médiactivistes ont justement pour avantage de permettre la qualification de certains de ces liens, dépassant ce postulat. Par ailleurs, le choix de mettre en graph le territoire de réinformation sur la base des adresses URL des sites et blogs et des liens hypertextes qui les mettent en relation n'est pas totalement neutre, et il est nécessaire de l'interroger, ainsi que d'en exposer les limites. En effet, d'autres réseaux auraient pu être constitués en travaillant sur des bases relationnelles différentes, par exemple les relations de *following* sur la plateforme de microblogging Twitter¹⁴². C'est dans un souci d'exhaustivité – tous les sites et blogs ne disposant pas de compte sur ce réseau social – que la base de données relationnelles issue du web a été ici privilégiée. Ceci d'autant plus que certains des comptes de réinformation proéminents sur Twitter ne sont pas associés à une marque média, mais animés par un rédacteur singulier, ou une personnalité du milieu : Pierre Sautarel (principal animateur de *Fdesouche*), Jean-Yves Le Gallou, *etc.* Restituer les équilibres à l'œuvre aurait alors nécessité de déployer une analyse multi-niveau (mettant en relation les utilisateurs de Twitter avec les contre-médias auxquels ils participent, et en distinguant deux niveaux d'analyse, celui des relations interpersonnelles et celui des relations inter-organisations), plus complexe à mettre en place et exploiter. Il convient de noter que d'autres ressources pourraient être encore mobilisées afin de développer une analyse relationnelle, potentiellement avec une perspective autre que celle cherchant à analyser des réseaux totaux (Maillochon, 2012) : développement d'« étoiles relationnelles » en exploitant les *newsletters* de certains des contre-médias, ou encore recours systématique à un générateur de noms au moment des entretiens.

L'analyse de réseau ici conduite permet donc de distinguer les sites et blogs les plus prestigieux du territoire formé en ligne par les acteurs de la réinformation. Pour ceci, l'étude des demi-degrés entrants (*indegree*) est précieuse, l'indicateur permettant d'identifier les sites recevant le plus de mentions. Les résultats sont conformes aux enseignements tirés de la littérature : les acteurs les plus centraux sont des sites se

¹⁴² Ces dernières étant asymétriques, elles permettent de constituer des réseaux dirigés à l'image de celui proposé dans cette partie.

présentant comme alignés avec les standards journalistiques, quand les moins prestigieux sont des blogs, généralement animés par un seul individu et ne produisant pas ou peu de contenus originaux. La méthode employée dans ce chapitre présente un second intérêt : dégager des communautés pertinentes. À cette fin, j'ai employé les calculs de modularité intégrés au logiciel Gephi. Émergent alors cinq communautés, qui peuvent être associées à des positionnements idéologiques manifestes. Aussi l'analyse de réseau apparaît-elle comme une méthode opportune pour mettre à jour la variété qui caractérise le monde ici étudié : l'hétérogénéité réputationnelle des différents acteurs qui composent le territoire de la réinformation ainsi que les différentes lignes éditoriales représentées au sein de ce monde social.

Cette partie liminaire a été l'occasion de préciser les contours de l'objet de la présente étude, la réinformation. Je l'ai tout d'abord étudiée comme une production doctrinale, en me concentrant sur les textes produits par la fondation identitaire *Polémia* entre 2003 et 2013 (Chapitre 1). La critique des médias exprimée dans les premiers textes va conduire à un appel à la création de contre-médias de réinformation à compter de 2008. Parce que ces derniers ont pour objet de présenter les médias *mainstream* comme des agents engagés dans des actions de propagande, je les approche comme les déclinaisons d'extrême droite du médiactivisme contre-hégémonique tel que défini par Dominique Cardon et Fabien Granjon (2010). Par ailleurs, l'appel au « gramscisme technologique » de la fondation est à mettre en relation avec les approches métapolitiques de la Nouvelle droite. La revendication d'une action culturelle inspirée de l'intellectuel italien, ainsi que l'adoption de certaines modalités de production et de diffusion des idées invitent à considérer les médiactivistes comme des héritiers de la Nouvelle droite (Duranton-Crabol, 1988 ; Taguieff, 1984b). Dans le même temps, j'ai souligné que les références directes et explicites à ce courant sont progressivement effacées des productions de *Polémia*, et qu'elles deviennent ainsi essentiellement implicites.

Dans un second temps, j'ai employé les outils et les concepts propres à l'analyse de réseau (Lazega, 2014 ; Mercklé, 2016), en les appliquant au territoire formé en ligne par les acteurs de la réinformation (Chapitre 2). L'étude porte sur les liens hypertextes qui lient les sites et blogs, et sont interprétés comme les manifestations d'une volonté commune de construire la légitimité et la visibilité de cette forme de médiactivisme. La méthode employée a permis d'isoler les acteurs les plus proéminents de ce monde sur la base de leurs demi-degrés intérieurs. Elle présente aussi l'intérêt de permettre d'identifier cinq sous-communautés, que j'ai associées à des positionnements idéologiques et éditoriaux représentant certaines tendances de l'extrême droite contemporaine.

Ces deux chapitres invitent notamment à souligner le caractère changeant du monde de la réinformation. Je l'ai illustré, les productions doctrinales ont évolué entre 2003 et 2013 : quand l'activisme prescrit en 2003 invite à exercer un poids auprès des médias *mainstream* afin d'infléchir leurs lignes éditoriales, c'est finalement la formation et l'animation de contre-médias indépendants et alternatifs qui est privilégiée à compter de 2008. Si la mise en livre des textes de *Polémia* entérine

cette approche, il faut bien noter que la fondation est toujours engagée dans des activités de production doctrinale, conduisant à des modifications substantielles. Aussi, je soulignais qu'en 2013, Internet était considéré comme un espace de repli idéal pour les médiactivistes de réinformation. L'expérience de la modération des contenus sur les grandes plateformes a conduit à une révision partielle de cette approche, comme l'a illustré le quatrième Forum de la dissidence organisé par *Polémia*, consacré aux « nouvelles censures¹⁴³ ». Aussi, si j'ai exposé les principaux points de la doctrine proposée par *Polémia*, il faut bien garder à l'esprit que celle-ci présente un caractère mouvant et circonstanciel. Le second point que j'ai souhaité souligner dans le premier chapitre concerne la variété des formes d'appropriation de l'étiquette réinformatrice. Quand certains des médiactivistes avec lesquels je me suis entretenu inscrivent clairement leurs pratiques dans la lignée des prescriptions de *Polémia*, d'autres refusent cette étiquette. Ce constat doit inviter à bien insister sur le fait que l'existence d'une production doctrinale ne présume en rien des pratiques qui vont s'en inspirer. Les acteurs de la réinformation ne doivent ainsi pas être considérés comme formant un ensemble homogène. Le deuxième chapitre prolonge d'ailleurs ce constat, alors que les sites se réclamant ouvertement de la réinformation sont rangés dans les différentes classes dégagées par des méthodes computationnelles. Finalement, j'ai souligné l'instabilité qui caractérise le médiactivisme en ligne (Chapitre 2), qu'il s'agisse de considérer l'activité des sites et blogs, leur existence ou les liens qui les connectent. Eu égard à ces trois considérations, le monde de la réinformation doit être approché comme un monde éminemment labile.

Les développements apportés dans cette partie présentent aussi comme intérêt de préciser certains des éléments liés à mon cadre théorique. Comme je l'ai précisé en introduction, j'étudie le phénomène social qu'est la réinformation au prisme de la théorie des mondes sociaux telle que développée par Anselm Strauss (1978). Pour ce dernier, un monde social est caractérisé par une activité primaire, des sites, des technologies et des organisations. L'étude des productions doctrinales de *Polémia* permet d'éclairer l'activité primaire associée à la réinformation, ainsi que la principale technologie employée dans ce cadre. La réinformation consiste ainsi en

¹⁴³ OJIM, « Quatrième Forum de la dissidence le 17 novembre à Paris », *Observatoire du journalisme*, 11 novembre 2018. URL : <https://www.ojim.fr/quatrieme-forum-de-la-dissidence-polemia/>.

premier lieu en la production de contre-discours sur l'actualité, diffusés sur Internet. L'analyse de réseau s'appuie sur un ensemble de sites se consacrant à cette activité principale : des sites Internet et des blogs. De plus, l'approche théorique développée par le sociologue insiste sur les processus de segmentation qui sont à l'œuvre au sein des mondes sociaux et sur l'existence de sous-mondes en leur sein (Strauss, 1982, 1984). Parmi les facteurs justifiant le bouillonnement interne des mondes sociaux et leur segmentation, le sociologue retient l'idéologie, entendue comme la reconnaissance de différences dans ce qui est légitime ou authentique. La « méthode structurale » (Lazega, 2014) employée dans le second chapitre permet justement d'identifier des sous-mondes, pouvant être associés à des idéologies distinctes. L'organisation de ce monde, entendue comme la formalisation des modes de division du travail, reste cependant à éclairer. C'est à ce point que sera consacrée la deuxième partie de cette thèse (Chapitres 5 et 6), qui s'inspirera à cette fin des développements de Becker relatifs aux mondes de l'art. J'y étudierai les aires d'activité, entendues comme des chaînes de coopération et de production, qui existent au sein de l'aire culturelle formée par le monde de la réinformation.

Partie 1. Marges et centre dans l'espace médiatique

Cette partie s'appuie sur l'hypothèse d'une structuration concentrique des mondes de l'information. Une telle structuration appelle à distinguer un centre, composé de médias considérés comme légitimes et bénéficiant d'une forte autorité, et des rebords dont le prestige est moindre. Je privilégie pour qualifier ces rebords la notion de marge à celle de périphérie, en ce qu'elle permet de renvoyer à des espaces échappant aux tentatives de contrôle issues du centre, et pouvant donc développer des formes d'autonomie. Loin d'être des confins, les marges sont donc des espaces vécus selon « d'autres imaginaires et grammaires » (Giraud et Shoonmaker, p.104). Pour l'objet d'étude qui est le mien, une telle notion renvoie donc aux possibilités de s'affranchir des « manières dominantes [...] de faire média » (Atton, 2004, ix, je traduis), et d'ainsi développer des formes médiatiques originales échappant en tout ou partie aux contraintes qui s'imposent aux médias occupant une position centrale. L'objet des deux chapitres qui composent cette partie est donc d'observer les relations qu'entretiennent les médiactivistes appartenant au monde de la réinformation et les journalistes travaillant pour des médias *mainstream*, en reconnaissant aux premiers une forme d'indépendance à l'égard des seconds. Afin de les mettre au jour, j'ai analysé deux corpus distincts, en combinant à chaque fois des statistiques descriptives et des méthodes plus qualitatives. Dans les deux cas, ce sont les productions discursives des deux groupes qui font l'objet de l'étude, mais aussi les transferts qui sont opérés entre centre et marge.

Je m'intéresse ainsi dans un premier temps à une mobilisation interne (Venner, 2006) organisée par la fondation *Polémia* et ayant pour objet d'attaquer la légitimité des journalistes travaillant pour les médias dominants (Chapitre 3) : la Cérémonie des Bobards d'or. Les usages sociaux du rire sont alors d'autant plus intéressants qu'ils permettent de tracer une délimitation entre un endogroupe valorisé, celui des réinformateurs, et un exogroupe dénoncé, celui des journalistes. Les procédés rhétoriques, ainsi que les dispositifs numériques employés permettent en outre d'inclure l'ensemble des productions journalistiques *mainstream* dans la critique. Cette critique a finalement pour objet de souligner la supposée inadéquation des valeurs promues par les journalistes avec leurs pratiques professionnelles

effectives, aboutissant à ce qu'Andrew Abbott (1988) qualifie de conflit juridictionnel (*jurisdictional dispute*).

C'est à ce titre que le chapitre suivant s'appuie sur la notion de frontière (Chapitre 4), qui est au cœur de l'analyse proposée par le sociologue des professions. Il s'agit ainsi pour moi d'observer la manière dont les journalistes, soumis à des critiques ouvertes issues d'acteurs qu'ils ne reconnaissent pas comme leurs pairs, tentent de préserver leur territoire professionnel intact.

CHAPITRE 3. RIRE DU *MAINSTREAM* POUR LE DENONCER : LA CEREMONIE DES « BOBARDS D'OR »

La critique de réinformation ne repose pas uniquement sur la publication de *La Tyrannie médiatique* et des autres documents produits par la fondation *Polémia*, qui ont fait l'objet du premier chapitre de ce travail. Plusieurs dispositifs sont employés dans cette logique, par différents acteurs, et couvrant une variété de dimensions. Ainsi, le *Dictionnaire de Novlangue* de *Polémia* consiste-t-il en un lexique militant (Krieg-Planque, 2012a) ayant pour objet de dénoncer la supposée manipulation du langage par les élites médiatiques et politiques. Entamé en 2008 et alimenté de manière incrémentale, il a donné lieu à la publication d'un ouvrage chez Via Romana en 2015¹⁴⁴. Au moment de la publication du livre, 1023 occurrences – mots et expressions – avaient été traitées par la fondation et ses animateurs. Dans le même temps, l'Observatoire du Journalisme¹⁴⁵ (OJIM) réalise des *portraits* de journalistes et de dirigeants de médias, avec pour idée centrale que l'information produite par ces acteurs est en premier lieu la fonction de leurs opinions propres, ainsi que de leurs affinités politiques, associatives et syndicales. Ces deux initiatives de contestation des médias et des journalistes reposent par ailleurs sur la dérision et la polémique, relevant de l'écriture agonique décrite dans le chapitre traitant de *La Tyrannie médiatique*¹⁴⁶ (Chapitre 1). Finalement, l'émission hebdomadaire I-Média de TV Libertés, co-animée par Jean-Yves Le Gallou participe aussi à cette dynamique, en « [passant] en revue les principaux phénomènes de l'actualité pour mettre à jour les plus belles pépites de la désinformation médiatique », selon la description de la web-TV.

Afin d'observer la critique de réinformation telle qu'elle se développe en actes, je me concentre dans ce chapitre sur la Cérémonie des Bobards d'or. Créée en 2010

¹⁴⁴ Jean-Yves Le Gallou, Michel Geoffroy, et Polémia, *Dictionnaire de novlangue: Ces 1000 mots qui vous manipulent*, ed. Via Romana, 2015.

¹⁴⁵ Site de l'Observatoire du journalisme. URL : <https://www.ojim.fr/>.

¹⁴⁶ Je ne peux pas développer ici de manière extensive cette dimension, aussi, je cite seulement quelques points à titre d'exemple. Le *Dictionnaire de novlangue* (2015) propose ainsi la définition suivante d'« étranger » : « Par définition personne supérieure en droit et en talents par rapport aux autochtones, en particulier quand ces derniers sont des français de souche (trad. : dominant) ». De son côté, l'OJIM présente Caroline Fourest comme une « féministe virile », quand Abel Mestre, journaliste spécialisé dans la couverture des extrêmes droites est décrit comme placé « à la gauche de l'extrême gauche du Monde ».

par la fondation *Polémia*, cette dernière contribue à la construction et au renforcement de l'image des médias comme affabulateurs. En récompensant *les meilleurs mensonges* propagés dans la presse et sur les ondes pendant l'année passée, cette cérémonie tourne en dérision les médias et les journalistes, accusés de mettre leurs compétences au service du *systeme*. Sont ainsi sélectionnés tous les ans des événements dont la couverture est estimée erronée ou biaisée, ainsi que des prises de position de journalistes jugées ridicules ou scandaleuses, qualifiées pour l'occasion de *bobards*. Le public de réinformation est appelé à récompenser ces *bobards*, en votant dans un premier temps en ligne, et dans un second lors de la cérémonie. Dans l'ensemble formé par les mobilisations propres à l'extrême droite (Venner, 2006), la cérémonie des Bobards d'or présente la particularité de revendiquer une posture ouvertement humoristique. Aussi est-elle décrite comme suit sur son site Internet en 2015 :

« La cérémonie (parodique) des Bobards d'Or distingue, chaque printemps, les "meilleurs des journalistes", ceux qui n'hésitent pas à mentir délibérément pour servir le politiquement correct ».

Cette prétention humoristique est renforcée par le recours à certains dispositifs spécifiques : caricatures réalisées en direct par des dessinateurs contribuant à la presse d'extrême droite et de réinformation comme Miège ou Ignace, saynètes, parodies¹⁴⁷ et autres montages vidéo. De même, les récompenses remises à cette occasion consistent en des statuettes anthropomorphes dorées, aux nez allongés, renvoyant à Pinocchio. L'usage de la dérision à des fins de dénonciation n'est cependant pas inédit. Comme je l'ai précédemment indiqué (Chapitre 1), le Club de l'Horloge, dans les rangs duquel sont passés plusieurs des membres de *Polémia*, remet tous les ans un prix Lyssenko aux individus censés avoir participé à « la désinformation en matière scientifique ou historique, avec des méthodes et des arguments idéologiques » (Club de l'Horloge cité par Lamy, 2016, p. 350). Le procédé est par ailleurs employé dans différentes formes de critique des médias. Ainsi, les « Gérard de la Télévision » parodient-ils les cérémonies célébrant l'audiovisuel, dénonçant par là même l'entre-soi qui caractérise ces événements

¹⁴⁷ Ainsi, les premiers mots de l'animateur, lors de la cérémonie de 2015 sont-ils « On me dit que des journalistes se sont glissés dans la salle », lointain écho d'un sketch de Pierre Desproges, qui lui parlait des *Juifs* glissés dans la salle. Le rire est alors recherché par la référence au sketch, mais aussi par la dimension implicite suggérée : les journalistes visés par le rire seraient eux-mêmes de confession juive.

mondains. Dans un registre plus engagé, le *Plan B*, initiative médiactiviste réputée « de gauche » a remis pendant un temps des « laisses d'or », prix récompensant les journalistes estimés être les plus serviles avec les puissances économiques et politiques¹⁴⁸.

J'ai précédemment souligné que la cérémonie a tenu le rôle d'espace de convergence participant au développement de l'exigence de réinformation. Ceci doit être associé à deux catégories distinctes de participations. La première concerne les médias de réinformation associés à l'évènement. Leur participation consiste alors concrètement en une présence à l'occasion de la cérémonie, un représentant de la rédaction intégrant le jury alors constitué, ou en une contribution technique à la diffusion de l'évènement en ligne. Jusqu'en 2017, ce statut de média associé était symbolisé par la présence, sur le site de l'évènement, d'un lien hypertexte redirigeant l'internaute vers le média en question (Annexe 5). La seconde concerne le public participant au vote, en ligne, mais aussi et surtout pendant la cérémonie. Un article co-écrit avec Ysé Vauchez (Stephan et Vauchez, 2021) a permis de révéler que cette cérémonie est un moment de célébration d'un entre-soi, et ce avant même l'ouverture des portes du théâtre l'abritant. Nous y soulignons en effet le jeu de « salutations, remarques amicales et sourires de connivence » (*ibid.*, §6) qui nous renvoyait à notre statut de simples observateurs extérieurs au monde de la réinformation.

Il faut justement insister à cet égard sur le fait que la cérémonie a connu un succès croissant auprès de son public, invitant *Polémia* à changer à deux reprises de théâtre afin d'augmenter la jauge des salles l'accueillant. Ainsi, elle est d'abord organisée dans la salle Athènes-Services (200 personnes), puis au théâtre Adyar (380 places), et finalement au théâtre du Gymnase (800 places). Dans le même temps, la participation aux votes en ligne est, elle, restée stable, voire a sensiblement décru, même si les données collectées sont incomplètes et ne permettent pas d'être formel à ce sujet¹⁴⁹.

¹⁴⁸ Mathias Reymond, « La complaisance de David Pujadas mérite d'être récompensée », *ACRIMED*, 22 juillet 2010. URL : <https://www.acrimed.org/La-complaisance-de-David-Pujadas-merite-d-etre-recompensee>.

¹⁴⁹ De fait, seules les données relatives aux années 2012 et 2015 sont disponibles sur le site de l'évènement. En calculant une moyenne annuelle sur la base des différentes catégories proposées au vote, on observe une diminution du nombre de votes en ligne, de 4760 en 2012 votants à 3200 en 2015. Cependant, ces données correspondent avant tout à des tendances, le vote étant aussi ouvert par voie postale.

Espace de convergence, la cérémonie contribue à la définition identitaire des acteurs y participant. Elle délimite en effet une *identité professionnelle* commune pour les médiactivistes, et une *identité dissidente* pour leur public. Comme l'a notamment souligné Henri Tajfel (2010), toute construction identitaire suppose de distinguer l'endogroupe (le groupe auquel on appartient) de l'exogroupe, le groupe des *Autres*. Cependant, cette dynamique prend des contours spécifiques à l'extrême droite, en s'appuyant sur l'exclusion des membres de l'exogroupe, résultante d'une perception manichéenne et moralisante du social (Froio, 2017). Dès lors, la figure de l'Autre est essentialisée et diabolisée dans les représentations partagées par les membres de l'endogroupe. Ce chapitre a pour vocation de comprendre comment est construite la figure essentialisée et diabolisée du journaliste dans les discours de réinformation en s'appuyant sur un corpus de *bobards* proposés au vote des internautes entre 2012 et 2019¹⁵⁰. Quelle est la nature des reproches adressés aux journalistes par l'endogroupe réinformateur ? Quelles sont les propriétés associées à l'exogroupe journalistique ?

Dans cette démarche, j'insiste aussi sur les propriétés du rire qui est au cœur de l'évènement soumis à l'analyse. Comme l'écrit Patrick Charaudeau (2006), l'acte d'énonciation humoristique construit une relation triadique entre le locuteur, le destinataire du bon mot et la cible – singulière ou collective – à propos de qui le rire est exercé. Dans cette relation, une dynamique de rapprochement peut être à l'œuvre entre le locuteur et le destinataire, ce dernier pouvant développer une forme de connivence avec le premier et ainsi être « appelé à partager la vision décalée du monde que propose l'énonciateur, ainsi que le jugement que celui-ci porte sur la cible » (Charaudeau, 2006, p. 23). La complicité qui peut alors se développer entre les deux acteurs, et contre la cible, repose sur des ressorts ludiques, mais aussi sur des dynamiques éminemment critiques, remettant en question l'ordre établi, certaines valeurs et normes sociales. Aussi, la cérémonie peut être interprétée comme une occasion employée par les médiactivistes pour créer une connivence avec le public et affirmer des éléments de leur critique sociale, dirigée en premier lieu en direction de l'exogroupe journalistique.

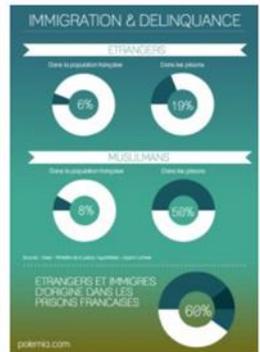
¹⁵⁰ La Cérémonie continue à être organisée selon les mêmes principes par la fondation Polémia, et a donc connu des éditions en 2020, 2021 et 2022.

Le corpus faisant l’objet de l’analyse comprend 111 *bobards*, chacun présenté sur le site de l’évènement par une page dédiée. La structure des *bobards* est la même pour chacune des unités (Figure 6) : une présentation des faits reprochés au média et au journaliste est proposée aux internautes. Celle-ci, plus ou moins synthétique, comprend des supports numériques variés (images, liens hypertextes, vidéos, extraits audio ou vidéo). Le texte renvoie ainsi au média accusé de mensonge – directement par le biais de liens hypertextes, ou indirectement en le mentionnant –, mais aussi potentiellement à des ressources tierces. Je qualifie de la sorte les sources autres que le média incriminé, ainsi que les ressources traitant de sujets autres que celui dont la couverture est estimée mensongère. Le nombre de *bobards* proposés au vote varie d’année en année, et va de 10 (2017) à 19 (2012). S’y ajoutent des « prix spéciaux », qui ne sont pas annoncés avant la cérémonie et que je n’intègre donc pas au corpus car ils ne font pas l’objet du double vote auquel sont soumis les *bobards*.

« SELON FRANCE 2, IL N’Y A PAS DE LIEN ENTRE IMMIGRATION ET DÉLINQUANCE »

J'aime 912 | Tweeter

CANDIDAT : JOHN-PAUL LEPELERS, JOURNALISTE
CATÉGORIE : « BOBARD VIVRE-ENSEMBLE »



IMMIGRATION & DÉLINQUANCE

ÉTRANGERS

Dans la population française	6%
Dans les prisons	19%

MUSULMANS

Dans la population française	8%
Dans les prisons	50%

ÉTRANGERS ET IMMIGRÉS D'ORIGINE DANS LES PRISONS FRANÇAISES

	60%
--	-----

Comme le démontrent les chiffres du Ministère de la Justice, il n’y a vraiment aucun lien entre immigration et délinquance. Cliquez pour agrandir.

Faire un lien entre immigration et délinquance est un odieux préjugé dénué de tout fondement. C'est en tout cas ce que prétend avoir démontré John-Paul Lepers au terme d'une enquête de « plus de trois ans », rien de moins, menée conjointement avec une fine équipe de « chercheurs en psychologie sociale » et autres « spécialistes en criminalité », tous unis pour lutter contre l’affreux amalgame et culpabiliser les mauvais citoyens qui s’y adonnent. Dommage cependant que ce remarquable travail de journalisme ne soit totalement contredit par les statistiques officielles. Ainsi la sur-représentation des « étrangers » (de nationalité) dans les prisons (19% en milieu carcéral pour 6% d’étrangers dans l’ensemble de la population) et celle des musulmans (50% de musulmans dans les prisons françaises pour environ 8% dans la population française) sont des indicateurs très clairs du lien entre immigration et délinquance. Il est étonnant que durant trois ans d’enquête acharnée, l’équipe de John Paul Lepers ne se soit pas un seul instant penchée sur ces chiffres irréfutables, ne serait-ce que pour les analyser et les interpréter à l’aune de leur idéologie systématiquement victimisante et « compréhensive » envers les populations immigrées.

Pour avoir si violemment brutalisé la réalité afin de servir la propagande d’un « vivre ensemble » harmonieux et apaisé, John-Paul Lepers apparaît comme un candidat idéal pour le « Bisounours d’Or » 2015.

Figure 6: Le « bobard » comprend un lien hypertexte redirigeant vers le documentaire incriminé de France Télévisions ainsi qu’une infographie réalisée par Polémia reprenant des données de l’INSEE et du ministère de la Justice

J'ai codé ces unités en deux temps. Dans le premier, c'est le mensonge – ou considéré tel – proposé au vote qui est considéré, et huit variables sont intégrées, parmi lesquelles la nature du média incriminé, l'éventuelle mention du nom du journaliste auquel est imputé la responsabilité du mensonge, le procédé manipulateur mis en avant dans la description du bobard, ou encore la dimension nationale ou internationale de l'information. Un codage thématique a aussi été adopté, permettant de singulariser ceux des *bobards* qui relèvent de la « critique sociale ultra-conservatrice » (Corcuff, 2019) ou « néo-réactionnaire » (Durand et Sindaco, 2015). Philippe Corcuff désigne par l'expression de critique sociale ultra-conservatrice les discours reposant sur des schèmes identitaristes, « dessinant des identités compactes et fermées », mettant à l'index l'Islam, l'immigration, ou encore les minorités de genre. Ces logiques sont aussi décrites par Laurence De Cock et Régis Meyran, dans un court ouvrage collectif traitant des paniques identitaires (2017), modalités singulières de paniques morales mettant en jeu des représentations essentialistes et culturalistes des différents groupes sociaux. De leur côté, Pascal Durand et Sarah Sindaco approchent le discours « néo-réactionnaire » comme motivé lui aussi par la critique et la dénonciation et touchant à différentes dimensions : le féminisme, les minorités ethniques et confessionnelles et les minorités sexuelles, notamment. Les deux notions renvoient ainsi à des acteurs développant des discours se voulant critiques, et présentant comme menaçantes les volontés de reconnaissances portées par certains groupes minoritaires. La moitié du corpus s'insère dans ces logiques. La seconde moitié n'a pas été codée thématiquement, car les thèmes représentés sont trop variés pour être réunis dans des ensembles cohérents et pertinents d'un point de vue analytique. Dans un second temps, ce sont les références tierces comprises dans les *bobards* qui ont fait l'objet d'un codage. Elles sont au nombre de 338, et je les ai codées en tenant compte de la nature des sources invoquées, de la variété de formes que peuvent prendre les références à ces sources, et finalement de la pluralité de sens qui peut être associée à ces renvois. Je me suis inspiré dans cette démarche d'un article écrit par Haller et Holt (2019), traitant des références aux médias dominants dans les discours numériques de Pegida, en Allemagne et en Autriche. Les codebooks mobilisés dans l'analyse sont présentés en annexe (Annexe 6 et 7).

En plus du codage des *bobards* et des références tierces, la présente analyse s'appuie sur la retranscription des huit cérémonies faisant l'objet de l'analyse. Ceci a été rendu possible par le fait que chacune a fait l'objet d'une captation vidéo, et que les fichiers sont archivés sur différentes plateformes (YouTube et Dailymotion notamment). De la même façon, les textes de présentation des *bobards* ont été consignés et intégrés au présent travail. Des verbatims et extraits de ces présentations sont en effet mobilisés et commentés ici.

Dans une première partie, j'observe la manière dont la cérémonie permet d'affirmer une opposition claire et franche entre les réinformateurs et leur public et les Autres, ici les journalistes et des individus appartenant à des catégories sociales minoritaires. Dans une deuxième, j'analyse la variété de sources mobilisées comme preuve du mensonge des médias dans la description des *bobards*. Dans une troisième et dernière partie, je mets en lumière la manière dont les références tierces mobilisées permettent le passage d'une critique circonstanciée des médias à une critique généralisée.

3.1. Distinguer endogroupe et exogroupes

3.1.1. La construction des identités Autres

Comme mentionné, la cérémonie désigne les journalistes et les dirigeants de médias comme les premiers objets du rire. Celui-ci est dirigé vers des individus qui occupent la position de bouc-émissaires, censés incarner le « système médiatique » décrié. La dérision est ainsi opposée à des personnes identifiées, 56,75% des *bobards* désignant explicitement un individu comme responsable du mensonge, qu'il s'agisse d'un journaliste ou d'un individu s'exprimant au titre d'expert dans les médias. Quelques journalistes font ainsi l'objet de moqueries récurrentes d'une édition sur l'autre de

la cérémonie : Roger-Bruno Petit¹⁵¹, Patrick Cohen¹⁵² ou encore Caroline Fourest¹⁵³, par exemple. Cependant, j'estime que la critique des journalistes, éditorialistes et autres experts médiatiques n'est qu'une dimension parmi d'autres de la critique du libéralisme culturel par l'extrême droite française. En effet, comme l'écrivent Nick Couldry et James Curran (2003), la critique des médias se limite rarement à la seule question médiatique, pour toucher aux structures sous-jacentes que la représentation du réel par les médias et les journalistes conforte. Les deux auteurs illustrent cette idée en prenant l'exemple de la critique féministe des médias, qui est le moyen de dénoncer le patriarcat. Ici, c'est le libéralisme culturel, soit « l'ensemble des enjeux qui renvoie au thème de la libéralisation des mœurs » (Haegel, 2007, p. 376), qui est indirectement visé par la cérémonie et les discours critiques auxquels elle sert de plateforme. Ceci apparaît clairement à travers l'inclusion dans les objets de la dénonciation d'individus n'appartenant pas en tant que tels à la sphère médiatique, mais plutôt aux élites culturelles, intellectuelles, artistiques ou politiques amenées à s'exprimer auprès des médias, notamment pour y manifester leurs engagements. C'est l'expression de ces positions qui motive justement la critique, car les médiactivistes estiment qu'elles échappent au réel. Les réinformateurs les décrivent en effet comme des engagements touchant à des faits sociaux avec lesquels les acteurs dénoncés seraient rarement, voire jamais, en contact, comme l'illustre l'exemple suivant, qui argue que le quartier parisien dans lequel habite Thomas Guénolé invalide tout discours que ce dernier pourrait tenir sur l'immigration. On observera d'ailleurs que le locuteur amalgame trois éléments différents, l'immigration et le terrorisme – que Thomas Guénolé souhaite justement bien distinguer – mais aussi *la banlieue*, qui n'était pourtant pas mentionnée dans les propos du politologue proche de la France insoumise.

*« Alors Thomas Guénolé, je ne vous le présente pas (exclamations).
Thomas Guénolé qui est très clair, qui tient à faire une mise au point :
"Il n'y a pas de lien de cause à effet entre immigration et terrorisme" ».*

¹⁵¹ Le journaliste a travaillé auprès de différents médias : télévision, presse écrite et radio. Un temps engagé auprès du Parti socialiste, il a été nommé porte-parole de la présidence de la République entre septembre 2017 et septembre 2018.

¹⁵² Animateur de la matinale de *France Inter* entre 2010 et 2017, il occupe aussi la fonction de chroniqueur dans l'émission de début de soirée de *France 5*, C dans l'air. C'est dans cette émission qu'il reproche à Frédéric Taddei d'inviter des « esprits malades » sur son plateau, parmi lesquels des acteurs identifiés comme relevant de l'extrême droite (notamment, Alain Soral). Cette saillie va alimenter la critique portée par les médiactivistes.

¹⁵³ La journaliste se distingue par ses prises de position et ses engagements, parmi lesquels la défense du droit à l'avortement, à travers la revue qu'elle a animé avec Fiametta Venner, *Pro choix* et la dénonciation des « intégrismes religieux », y compris catholiques. Elle a aussi participé à la médiatisation des Femmes en France, à travers un documentaire consacré au mouvement.

Je vais vous dire, je comprends cet homme. [s'affiche sur l'écran de la cérémonie les résultats d'une recherche Google donnant une adresse]. Il habite 113 rue du Cherche-Midi (rires). Bah oui, ce pauvre gars, il n'est pas concerné, il ne voit pas, lui... C'est pour ça qu'il dit ça. Et donc enquêter sur la banlieue rue du Cherche-Midi, c'est comme être marin-pêcheur à Courchevel (rires) ». (Cérémonie des Bobards d'or 2016)

Les discours présentent alors ces engagements comme la manifestation d'une déconnexion avec le *vrai peuple* et les réalités concrètes avec lesquelles ce dernier est confronté, activant dès lors un thème populiste (Birnbaum, 2012), parfois teinté de poujadisme. Ainsi, les subventions et les aides à la presse font fréquemment l'objet de dénonciations, et il est reproché à l'audiovisuel public de ne pas refléter les vues des *vrais Français*, ceux-là mêmes qui participent pourtant à son financement. Les financements publics sont, pour les organisateurs, problématiques à deux titres. D'abord, parce que le contribuable participe par l'impôt au financement de médias dont on estime qu'ils sous-représentent, voire nient les opinions. Dans un second temps, ces contributions publiques introduiraient une dépendance économique des journalistes à l'égard du *système*, une thématique qui était déjà présente dans les textes de *Polémia*, (voir Chapitre 1 et Chapitre 5). Cette dépendance économique est dénoncée par l'animateur de la cérémonie en 2013, qui qualifie le journalisme « d'un des plus vieux métiers du monde », faisant par là même un parallèle avec la prostitution. Il convient de bien noter qu'une telle représentation n'est pas inédite au sein de la critique d'extrême droite des médias, comme l'illustre la formule d'Alain Soral citée par le Collectif des 4 (2018), « un journaliste, c'est un chômeur, un journaliste qui travaille, c'est une pute ». À la différence des discours vidéodiffusés de ce dernier, le recours à ce parallèle se veut ici humoristique, ce qui permet à l'énonciateur se présentant comme comique de ne « pas assumer l'interprétation implicite sérieuse de son énoncé » (Chabrol, 2006, p. 10). Plus globalement, la critique poujadiste ne se limite pas aux seuls journalistes et autres acteurs directement impliqués dans les médias. C'est ainsi qu'en 2015 est remis un prix spécial récompensant les « rebelles subventionnés » ; une « gamelle d'or » destinée à des artistes « mangeant dans la main du pouvoir tout en feignant d'aboyer », ici, Les Enfoirés, Guy Bedos et Jean-Michel Ribes. L'engagement des individus désignés comme récipiendaires de ce prix est soumis à plusieurs critiques : déconnecté d'expériences concrètes, il serait aussi intéressé, car présenté comme un moyen d'assurer la promotion de leurs productions.

« *Ils sont millionnaires mais amis des miséreux. Ils soutiennent l'immigration mais vivent dans les quartiers où elle est invisible. Ils déversent leur morale conformiste sur les écrans et dans les journaux pour promouvoir leur carrière*¹⁵⁴ ».

Ainsi, le rire dirigé vers les journalistes à l'occasion de la cérémonie des Bobards d'or s'inscrit dans une dénonciation plus large, relative aux engagements et postures morales d'élites culturelles et politiques tournées en dérision car estimées être déconnectés du quotidien du *vrai peuple*. Au-delà des journalistes et des médias, c'est donc le libéralisme culturel qui est visé par les organisateurs. Ce sont par ailleurs des informations nationales qui sont choisies en premier lieu pour intégrer les *bobards* ; 26.1% seulement correspondant à des actualités internationales, qu'elles soient traitées par des médias français ou étrangers. Parce qu'ils sont largement majoritaires, je me concentre ici en premier lieu sur les *bobards* correspondant à des actualités nationales¹⁵⁵. Le codage des *bobards* permet en outre de révéler les thématiques qui cristallisent cette dénonciation : l'immigration, l'Islam, et les minorités sexuelles et de genre.

J'ai codé comme relevant de l'immigration les *bobards* traitant de la question migratoire dans une perspective macrosociale, c'est-à-dire comme l'arrivée sur un territoire donné d'une population étrangère, pouvant avoir un impact négatif ou positif sur des faits sociaux variés. Ont aussi été intégrés à ce groupe les *bobards* relatifs à la capacité d'intégration de certaines communautés ne bénéficiant pas de la nationalité française tels que les Roms, ou les réfugiés souhaitant rejoindre la France. Ainsi circonscrits, les *bobards* relatifs à l'immigration représentent 18% du corpus. Le rire concernant cette thématique poursuit deux finalités : contredire les représentations *bien-pensantes* qui seraient dominantes dans les médias, et réaffirmer des éléments de la critique sociale ultra-conservatrice. Sont ainsi moquées les déclarations présentant l'immigration comme une nécessité démographique, quand les réinformateurs la représentent comme le vecteur d'une déstabilisation, sur le plan économique comme sur le plan sécuritaire. L'immigration représenterait donc une menace, et les médias adopteraient une posture qualifiée d'*immigrationniste*

¹⁵⁴ Bobards d'or, « La gamelle d'or : prix remis à l'ensemble des artistes de la Rebellocratie française », *Bobards d'or*, 2015. URL : <https://bobards-dor.fr/2015/la-gamelle-dor-prix-remis-a-lensemble-des-artistes-de-la-rebellocratie-francaise/>.

¹⁵⁵ De fait, un reproche apparaît comme flagrant dans le traitement des bobards correspondant à l'actualité internationale sur la période : le traitement de l'actualité russe et du président Poutine, traduisant les sympathies des organisateurs à l'égard des positions défendues par ce dernier.

ou d'*immigrophile* en la dissimulant. Un des principaux procédés manipulateurs relevés par les médiactivistes consisterait alors en la mobilisation par les journalistes d'expertises contestables, comme l'illustre l'exemple suivant.

« Dans son édition du 23 mars 2011, La Tribune publie un entretien avec [...] Karine Berger et Valérie Rabault. Les deux économistes vantent les mérites de l'immigration et la nécessité d'accroître les flux migratoires afin de relancer l'économie française ! [...] Alors que l'entretien occupe une page entière, pas une ligne n'est consacrée à une tentative de début d'explication. Bien sûr, le journaliste de La Tribune ne tente même pas de demander des justifications appuyant ces propos péremptoires. En se focalisant sur l'aspect numérique et démographique nos "spécialistes" oublient qu'un pays n'est pas qu'une somme d'individus et que l'accroissement de l'immigration poserait un problème majeur d'intégration, que l'on ressent déjà cruellement aujourd'hui¹⁵⁶ ».

Le rire touchant l'immigration s'appuie aussi sur l'affirmation de certains stéréotypes xénophobes. C'est ainsi qu'en 2014 est créée une catégorie spécifique récompensant les *bobards* relatifs au traitement supposément complaisant de « l'Affaire Léonarda¹⁵⁷ » par les médias français, et intitulée « Bobard de cuivre ». Cette appellation participe au renforcement d'un cliché raciste : la délinquance est le seul moyen de subsistance déployé par la population rom, qui compte alors parmi ses larcins ordinaires les vols de métaux tels que le cuivre. Une telle évocation, même dans le cadre d'une cérémonie se voulant humoristique, poursuit une finalité claire : représenter les Roms comme un « corps étranger » vivant en dehors des règles de l'État de droit (Balibar, 2011).

Ainsi l'immigration est-elle une thématique récurrente, apparaissant comme la thématique principale de près d'un *bobard* sur cinq. Ceux traitant de l'Islam sont moins nombreux, et deux principales représentations sont associées à cette thématique : le communautarisme et le terrorisme. La première s'appuie sur les références à la nourriture halal, ou aux cafés qui ne seraient fréquentés que par des hommes. Ce faisant, la sélection des *bobards* souligne la supposée incompatibilité

¹⁵⁶ Bobards d'or, « La Tribune : la France a besoin de 10 millions d'immigrés d'ici 2040 », *Bobards d'or*, 2012. URL : <https://www.bobards-dor.fr/2012/portfolio/la-tribune/>.

¹⁵⁷ Le 9 octobre 2013, la famille Dibrani, est expulsée du territoire par la police française, et envoyée au Kosovo. Parmi les enfants de la famille, Leonarda, âgée de 15 ans a été arrêtée alors qu'elle rentrait d'une sortie scolaire avec ses camarades collégiens. Les conditions de cette interpellation motivent la mobilisation du Réseau éducation sans frontières (RSEF) et de lycéens contestant cette décision. Le fait-divers devient alors abondamment commenté par les acteurs politiques, et le Président de la République, François Hollande, reconnaît lors d'une intervention télévisée un *manque de discernement* de l'administration quant aux conditions de l'interpellation de l'adolescente. Il propose alors à la jeune fille de rentrer en France, sans sa famille, ce qu'elle refuse alors devant les caméras de la chaîne d'information en continu *BFM TV*.

culturelle qui séparerait les *Français de souche* de ceux de confession musulmane. C'est ainsi qu'un *bobard* proposé au vote concerne directement une citation de Karim Zéribi¹⁵⁸, ayant déclaré au micro de RMC que « les musulmans sont les moins communautaristes de France ». Les organisateurs de la cérémonie tiennent alors à affirmer la *réalité*, ou plutôt *leur réalité*, que l'homme politique ignorerait :

« La progression de la demande de viande halal, l'apparition de restaurant eux-mêmes halal, ou de supermarchés spécifiquement halal (le groupe Hal'shop), les menus spécifiquement musulmans dans les cantines des écoles publiques, les polémiques quant au port du voile islamique en public... tout cela montre pourtant que les musulmans en France ont un sens aigu de leur communauté, souvent à l'opposé de la laïcité à la française¹⁵⁹ »

La marge interprétative qui entoure la notion de laïcité dans les discours ordinaires permet aux médiactivistes de la mobiliser pour critiquer les populations musulmanes, ceci sous couvert d'attachement aux valeurs républicaines, un artifice qui a été précédemment souligné dans plusieurs études (Alduy et Wahnich, 2015 ; Jammet et Guidi, 2017). Le *bobard* reproché à Karim Zéribi peut aussi être analysé à l'aune de l'interprétation des productions du site de réinformation *Riposte laïque* par Marc Jacquemain (Jacquemain, 2015). Ce dernier montre que les écrits publiés par le site distinguent deux catégories d'Autres. D'un côté, les musulmans de France forment la catégorie des « ennemis du bas », dont la volonté de domination est rendue manifeste par le recours à certains signes identitaires tels que le port du voile ou la nourriture halal, que l'on retrouve dans le *bobard* susmentionné. De l'autre, les « ennemis du haut » – ici incarnés par Karim Zéribi – « symbolisent tout le mépris et l'arrogance des élites bien-pensantes envers une grande majorité des Français qui, elle, a bien compris que l'Islam est un danger » (Jacquemain, 2015, p. 191). Une seconde dimension est rattachée au thème de l'Islam dans la sélection des *bobards* : le terrorisme. Cette dimension n'est d'ailleurs pas totalement indépendante de celle du communautarisme, comme l'illustre un *bobard* relatif à la présentation de la commune de Molenbeek, en France, par les équipes du Petit Journal de *Canal +*. Alors que Donald Trump l'avait décrite comme

¹⁵⁸ L'homme a travaillé sur plusieurs projets visant à promouvoir la diversité des agents, notamment dans la police nationale et à la SNCF. Il a aussi été membre du Mouvement des citoyens de Jean-Pierre Chevènement, du Parti socialiste et d'Europe Écologie les Verts. Il est aussi une figure médiatique identifié en ayant participé régulièrement à l'émission *Les grandes gueules de RMC* entre 2004 et 2018, en qualité de chroniqueur.

¹⁵⁹ Bobards d'or, « Les musulmans sont les moins communautaristes de France », *Bobards d'or*, 2012. URL : <http://www.bobards-dor.fr/2012/portfolio/karim-zeribi-grandes-gueules-rmc/>.

gangrenée par l’Islam radical et la délinquance, les journalistes de l’émission d’infotainment avaient réalisé un reportage visant à la représenter comme une ville comme les autres. Les organisateurs pointent alors une erreur qu’auraient commise les journalistes ; ne pas avoir abordé la question du communautarisme, apparaissant pourtant comme évidente aux yeux des téléspectateurs avertis :

« Une jeune femme, voilée comme la plupart de celles que le reportage laisse apercevoir, explique même que la cohabitation entre communautés se déroule parfaitement bien¹⁶⁰ ».

Car aborder la question du communautarisme musulman – dont l’omniprésence des femmes portant le voile serait tout à la fois la manifestation et la preuve – aurait permis de replacer la spécificité de cette commune et ainsi de mieux comprendre comment

« [ce quartier est celui] où les attentats du 13 novembre ont été préparés et où l’un des auteurs se cachait, où Mehdi Nemmouche, l’auteur de l’attentat du musée juif de Bruxelles, a séjourné, où les formateurs de Chérif Kouachi, instigateur des attentats contre Charlie Hebdo, étaient installés¹⁶¹ ».

Plus largement, tous les *bobards* traitant de la couverture d’attentats terroristes ont pour sous-jacent la question de l’Islam. Un thème est à ce propos saillant : le refus des journalistes d’associer l’islamisme radical à ces événements. Ainsi, en 2017, il est reproché à un journaliste de BFM TV ne pas avoir interprété d’emblée l’attentat du 14 juillet 2016 à Nice¹⁶² comme l’œuvre d’un affilié de Daesh, et d’avoir préféré parler d’un acte causé par un « déséquilibré¹⁶³ ». La même logique prévaut pour ce qui est des attentats de Toulouse en 2012¹⁶⁴. Aussi l’Islam est-il le thème primaire ou secondaire de 10,8% des bobards du corpus.

Une troisième thématique est à intégrer à l’analyse, relative à l’homosexualité et aux minorités de genre, invoquée dans 6,3% des *bobards*. Sa prise en compte paraît essentielle, eu égard aux mobilisations ultra-conservatrices ayant manifesté leur opposition à l’ouverture du mariage aux couples homosexuels et à l’enseignement

¹⁶⁰ Bobards d’or, « Il fait bon vivre à Molenbeek : le “Bobard Tintin grand reporter” », *Bobards d’or*, 2017. URL : <https://bobards-dor.fr/bobards-dor-2017/bobardsdor2017-il-fait-bon-vivre-a-molenbeek-le-bobard-tintin-grand-reporter/>.

¹⁶¹ *Ibid.*

¹⁶² Alors qu’est célébrée la fête nationale sur la promenade des Anglais, une attaque terroriste au camion-bélier fait 86 morts et près de 500 blessés. Elle est rapidement revendiquée par Daesh.

¹⁶³ Bobards d’or, « #Bobards2017 / Attentat de Nice. “Bobard catégorie poids lourd” », 22 janvier 2017/ URL : <https://bobards-dor.fr/bobards-dor-2017/bobardsdor2017-attentat-de-nice-bobard-categorie-poids-lourd/>.

¹⁶⁴ En mars 2012, plusieurs attentats sont commis à Toulouse et Montauban, visant des militaires, des enfants de confession juive et un enseignant. La piste de l’extrême droite est évoquée un moment, avant que ne soit identifié le responsable : Mohammed Merah.

de la « théorie du genre » dans les écoles (Brustier, 2014 ; Garbagnoli et Prearo, 2017 ; Raison du Cleuziou, 2018). La thématique fait l'objet d'une sélection spécifique en 2014, avec la catégorie « Gay Bobard », censée réunir des « bobard[s] militant[s] ». Ce faisant, c'est la posture dite *homosexualiste* des journalistes qui est dénoncée. Celle-ci serait manifeste, tout d'abord à travers une valorisation estimée excessive des identités homosexuelles. Ceci serait notamment le cas pour les journalistes dont l'orientation sexuelle est connue : elle est alors présentée comme un positionnement politique manifeste. Ainsi, l'une est présentée – pour un mensonge supposé concernant la guerre de Crimée – comme une « militante homosexualiste », quand une autre « cumule les qualités puisqu'en plus d'être animatrice et productrice sur France Culture, elle est également transsexuelle et militante LGBT ». La posture *homosexualiste* des journalistes serait aussi manifeste à travers une couverture des violences homophobes estimée abusive, et ne pouvant qu'être motivée par des objectifs politiques. Un *bobard* sélectionné en 2014 illustre cette représentation : les médias avaient alors qualifié une agression d'homophobe, qualification qui n'avait pas été retenue par la justice. La posture des médias est alors présentée comme motivée par un positionnement clairement favorable à l'ouverture du mariage aux couples de même sexe :

« *“Haine”, “violence homophobe”, tensions politiques, tout est dit. Il s'agissait bien évidemment d'alourdir la sauce servie par la presse oligarchique afin de faire passer la loi Taubira¹⁶⁵ ».*

Plus généralement, ce sont toutes les initiatives prises en faveur d'une reconnaissance des minorités de genre et de l'affirmation de l'égalité entre hommes et femmes qui font l'objet de critiques, en tant qu'initiatives excessives, ayant pour finalité de déstabiliser les structures élémentaires des sociétés humaines. La cérémonie de 2017 inclut justement un *bobard* relatif au prétendu enseignement de la « théorie du genre ». Sa présentation par l'un des animateurs permet de souligner la déstabilisation associée à cette initiative qui inviterait les enfants à changer de sexe, et « déconstruire[ait] les êtres humains eux-mêmes ». Il convient de noter dans le passage suivant la référence au « marxisme culturel », expression née dans les milieux conservateurs américains et servant à dénoncer un complot progressiste

¹⁶⁵ Bobards d'or, « “Beau bar de Lille” : quand France Info voit de l'homophobie là où la justice n'en voit guère.... », *Bobards d'or*, 2014. URL : <https://www.bobards-dor.fr/2014/portfolio/beau-bar-de-lille-quand-france-info-voit-de-lhomophobie-la-ou-la-justice-nen-voit-guere/gallery/le-gai-bobard/>.

visant à « favoriser l'émergence d'une nation mondiale ultra-égalitaire et multiculturelle sans âme ni racine » (Jamin, 2020, p. 60).

« Ils sont en train de déconstruire la langue, de déconstruire notre raison, ils sont en train de déconstruire les êtres humains eux-mêmes. Parce que c'est du marxisme culturel, ils sont en train de transformer la lutte des classes en lutte des sexes... [...] Et pourquoi ils ne sont pas allés par exemple donner la parole à des personnes, à des pères de famille qui sont inquiets... Qui, ayant des enfants, va les mettre à l'école pour leur apprendre à changer de sexe ? À devenir femme ? Devenir homme ? » (Cérémonie des Bobards d'or 2017)

Le rire dirigé en premier lieu vers des journalistes et des médias est donc à entendre comme un rire dirigé vers les tenants du libéralisme culturel, représentés comme étant les alliés objectifs d'identités ethniques, culturelles et sexuelles qu'ils contribueraient à rendre visibles. Il s'agit donc de pointer du doigt, pour les mettre à l'écart, les « ennemis du haut » et les « ennemis du bas », selon l'expression de Marc Jacquemain (2015). En témoigne notamment un élément dans la mise en scène de la cérémonie de 2015, la diffusion du morceau « Au grand bal » du chanteur nationaliste Docteur Merlin¹⁶⁶. Ce rire doit être entendu comme une forme de canalisation de l'agressivité (Mercier, 2001) ressentie à la mention de ces libéraux culturels et de leur complaisance à l'égard de ces identités menaçant les structures primaires des sociétés humaines (le mariage des couples de même sexe accusé de renverser la notion de famille, notamment) et l'identité française (l'Islam et l'immigration). Cette canalisation de l'agressivité est d'ailleurs rendue explicite en 2015, alors que le public est invité à ne pas céder à l'envie de huer les individus mentionnés, pour plutôt en rire :

« Et donc on vous demandera non pas de huer les personnages que vous verrez, mais au contraire de les applaudir, car ceux que nous souhaitons saluer, ce sont les meilleurs : les meilleurs menteurs, les meilleurs désinformateurs, les meilleurs affabulateurs, les meilleurs truqueurs... Il faut les applaudir (rires et applaudissements). » (Cérémonie des Bobards d'or 2015)

¹⁶⁶ Proche des thèses du GRECE, le chanteur est identifié comme l'un des principaux acteurs de la chanson nationaliste française. Je reproduis ici le dernier couplet de la chanson « Au grand bal » ainsi que son pont, qui illustrent la dénonciation des ennemis du bas et des ennemis du haut à l'œuvre dans ce morceau : « Au grand bal anti-français, il y avait tous les obsédés / les adoreurs des potes, les teneurs du melting-pot / tous les pleurnicheurs à Falacha, les bouffeurs de Bretons, d'Auvergnat / Et moi, bien sûr je n'étais pas là ! // Le docteur Merlin, il était encore dans ses nuages / Il est vraiment pas malin, c'est un homme d'un autre âge / Il préfère rester chez lui, il aime surtout les gens d'ici / Et je me sens bien dans mon pays / Et ceux qui me le reprocheront, n'ont pas à me donner de leçon / Je suis ici chez moi, et si ça ne vous plait pas, tchao les gars ! ».

3.1.2. Affirmer une identité par le rire

Le rire, qui permet la mise à l'index de ceux qui en font l'objet, est aussi un instrument permettant d'affermir et de réaffirmer une identité commune (Mercier, 2001). La communauté des rieurs devient alors une communauté en actes, une communauté fusionnelle. Cette dynamique est notamment soulignée dans une étude portant sur les spectacles de l'humoriste antisémite Dieudonné (Proust, Michalon *et al.*, 2020) : une communauté virtuelle, car n'existant qu'en ligne, la *dieudosphère*, est activée le temps du spectacle. Le parallèle est possible avec l'objet de la présente étude, le public de la réinformation étant essentiellement virtuel, se déployant en ligne, et ne se matérialisant qu'à certaines occasions précises. Comme l'écrivent les auteurs de cette étude sur la *dieudosphère*, « le rire [...] permet et signe l'intégration dans le groupe déviant et l'instauration d'une coupure (au moins temporaire) avec le reste de la société » (Proust *et al.*, 2020, p. 402-403). Dans le prolongement de cette analyse, je propose de considérer la cérémonie comme le moyen d'affirmer un principe identitaire commun, se définissant en premier lieu par une opposition franche et nette à l'idéologie « politiquement correcte, cosmopolite, marchande, mondialiste, immigrationniste, homosexualiste » dont les médias dominants seraient les principaux véhicules. Elle est alors l'occasion d'une sociabilité s'appuyant sur des dénonciations partagées, ce qu'illustre le verbatim suivant :

« [la cérémonie des Bobards d'Or] empêche de rendre fou, en rompant la solitude. La mienne, la vôtre, et celle de tous ceux qui, médusés dans leurs fauteuils, devant leurs postes, assistent à un martelage serein et souriant, d'une falsification énorme qui a l'air de passer comme lettre à la poste. Et cette solitude kafkaïenne finit par rendre un peu dingue. Alors ce soir, vous le savez, vous n'êtes plus seuls. D'autres aussi ont vu, le roi est nu » (Cérémonie des Bobards d'Or 2016).

Au-delà de cette dynamique associée au fait de rire ensemble, l'étude des *bobards* proposés au vote permet d'identifier des accointances idéologiques précisant les orientations politiques et les valeurs dans lesquels se reconnaissent les rieurs. Il ne s'agit plus pour les organisateurs de mettre en avant les manipulations supposées profiter à des identités dénoncées, comme dans les *bobards* précédemment exposés, mais plutôt celles censées être exercées au détriment de voix individuelles et collectives défendant une conception ultra-conservatrice de l'identité française.

Inspiré par la lecture de Laure Bereni (2012) et la distinction qu'elle observe entre les différents pôles constitutifs de l'espace de la cause des femmes, je distingue quatre pôles distincts dans l'ensemble des acteurs concernés. Le premier regroupe des individus bénéficiant d'un accès aux médias traditionnels, presse et audiovisuel, où ils défendent des positions néo-réactionnaires (Eugénie Bastié, Éric Zemmour, Robert Ménard). Je qualifie en conséquence cet ensemble de pôle journalistique et éditorial. Un second pôle, universitaire, concerne Bernard Lugan, historien aux sympathies d'extrême droite ayant enseigné à l'université Lyon III. Des *bobards* concernant ce dernier et Éric Zemmour font ainsi l'état d'une censure qui concernerait ces deux acteurs, quand bien même leurs propos seraient fondés :

« C'est le fond même des propos de Bernard Lugan qui a été censuré. Il est en effet interdit de dire sur une télévision française que "les Africains ne sont pas des Européens pauvres à la peau noire", que "la repentance européenne + la victimisation africaine débouchent sur une Afrique immobile" ou que "l'ingérence humanitaire est un impérialisme hypocrite" et que "le Printemps arabe fut un miroir aux alouettes" ¹⁶⁷ ».
« Sur i>Télé, la chaîne d'information en continu du groupe Canal+, on aime la confrontation et le débat d'idées mais à condition, bien sûr, que ceux-ci ne dépassent pas le cadre bien défini par le politiquement correct. Un cadre qu'Éric Zemmour a largement fait voler en éclats à plusieurs reprises, notamment sur les questions de l'immigration et de l'Islam ¹⁶⁸ ».

Afin d'empêcher la prise de parole de ces individus, les médias n'hésiteraient pas à véhiculer de fausses informations à leur sujet, à déformer leurs prises de position et leurs déclarations ainsi qu'à remettre en cause leurs compétences. Diabolisation et délégitimation seraient donc les sanctions appliquées à ceux qui s'affranchiraient dans leurs interventions dans les médias du politiquement correct, de la *bien-pensance*. Le *parler-vrai* serait ainsi systématiquement sanctionné négativement, par des phénomènes d'ostracisation, ceci justifiant la sous-représentation d'opinions estimées être *politiquement incorrecte* dans les médias dominants. Dès lors, les sanctions, réelles ou symboliques, apposées à certains individus, ou certaines organisations, sont présentées comme les gages d'une posture *dissidente* et *politiquement incorrecte*. Cette dynamique de valorisation d'un capital de dissidence

¹⁶⁷ Bobards d'or, « I-télé censure Bernard Lugan pour sauver les mensonges sur l'Afrique », *Bobards d'or*, 2012. URL : <https://www.bobards-dor.fr/2012/portfolio/albert-ripamonti-i-tele/>.

¹⁶⁸ Bobards d'or, « La direction d'I>Télé vire Eric Zemmour le mal-pensant », *Bobards d'or*, 2015. URL : <http://bobards-dor.fr/2015/portfolio/la-direction-ditele-vire-eric-zemmour-le-mal-pensant/>.

(Ferron, 2006) peut notamment être illustrée par la prise de parole des jurés à l'occasion de la cérémonie de 2017. Deux d'entre eux, représentant le *Salon Beige* et *Breizh Info*, vont ainsi souligner le fait que le Décodex, initiative de certification des sites d'actualité par la rédaction du *Monde*, considère leurs sites comme non-fiables, provoquant ainsi les applaudissements du public. Une même logique peut être soulignée au moment de la présentation d'une jurée.

« Troisième femme du jury, elle est journaliste au quotidien Présent, eh oui, un quotidien papier, ça existe encore, c'est notre quotidien papier. Ça fait trente ans qu'elle a une carte de presse, elle a notamment différentes décorations glanées à la XVIIe Chambre correctionnelle, notamment dès 1994, où elle est condamnée pour avoir parlé d'immigration-invasion. Elle est aussi mère de famille, avec trois enfants [...] c'est Caroline Parmentier » (Cérémonie des Bobards d'or 2017).

Trois formes de légitimité sont ici invoquées : une légitimité professionnelle marquée par la possession d'une carte de presse ; une légitimité *maternelle*, associée à son statut de mère de famille ; et finalement une légitimité *dissidente*. Cette dernière repose sur la resignification (Paveau, 2020) de sa condamnation judiciaire pour diffamation publique raciale. La sanction apposée par la Justice devient en effet dans le discours de l'animateur une marque d'identité habilitante, le marqueur positif d'une parole exercée en toute liberté. Ce constat prolonge donc celui apporté par Guy Birenbaum, qui, dans les lignes qu'il consacre à la presse proche du FN, observe que « les procès engagés contre les uns et les autres par ceux qu'ils fustigent de leur encre sont même montés en épingle comme autant de cicatrices subies au combat et valent titre de gloire » (1992).

Le déficit de représentation des idées ultra conservatrices concernerait donc en premier lieu les représentants des deux pôles susmentionnés : pôle journalistique-éditorial et pôle universitaire. J'identifie cependant aussi deux autres pôles composés d'acteurs collectifs et estimés être les victimes de manipulations médiatiques : un pôle politique réunissant le Front national et son parti satellite Souveraineté, Identité et Libertés (SIEL), et un pôle associatif-contestataire (La Manif pour Tous, les Veilleurs, les Identitaires). Le principal procédé manipulateur identifié et dénoncé par les organisateurs de la cérémonie consiste en l'utilisation trompeuse de données chiffrées, minorant l'ampleur de la contestation portée par ces deux pôles et la remise en cause du *système* qui y est associée. Un *bobard* reproche ainsi à quatre journalistes d'être enclins à minorer les scores du Front

national, et ce en dépit de toute logique¹⁶⁹. Un autre exemple concerne les manifestations d'opposition à l'ouverture du mariage aux couples homosexuels. La minoration du nombre de participants reproché démontrerait, dans la perspective des organisateurs, le biais *homosexualiste* qui caractérise la production d'information par les médias dominants.

« 13 janvier 2013. Trois cortèges remplissant chacun la Place d'Italie, la Porte Maillot et la Place Denfert-Rochereau, près de quatre heures entre les premiers et les derniers arrivés sur le Champ-de-Mars qui n'a pas pu accueillir tout le monde et qui occupe une surface de 243 000 mètres carrés, des trains spéciaux et plus de 900 cars. Voilà pour l'incontestable et incontesté. Pourtant la police évalue le nombre de manifestants à 340 000 et les médias, relais complaisants, reprennent en chœur ces chiffres minimalistes ; quant à eux, les organisateurs de la "Manif pour tous" ont compté plus de 800 000 participants, photos et comparaison à l'appui¹⁷⁰ ».

Par-delà de la minoration de la mobilisation en faveur de ces initiatives partisans ou mouvementistes, leur couverture médiatique serait caractérisée par la présentation sous un jour anxiogène des individus participant à ces pôles. Ainsi, le *bobard* précédemment cité insiste sur le fait que l'AFP s'est focalisée sur les « sœurs religieuses » et les « coupes de cheveux militaires » présents lors de la manifestation. Un tel cadrage associe la Manif pour Tous aux mobilisations catholiques traditionalistes et aux groupuscules violents de la droite radicale, quand bien même le travail de communication mené par les organisateurs des manifestations a justement cherché à éviter cet écueil (Brustier, 2014, p. 80-83). La thématique de la violence militante, suggérée par les « coupes de cheveux militaires », serait, elle aussi, abordée de manière biaisée et partielle par les médias. Celle exercée à l'encontre des activistes et militants de droite et d'extrême droite serait ainsi occultée. Deux *bobards* illustrent cette représentation. Le premier concerne des violences commises par la police à l'occasion des Manif pour Tous. Les médias sont alors accusés d'avoir maintenu le silence autour du sort réservé aux manifestants, pourtant « frappés et raflés » par les forces de l'ordre. Le second concerne cette fois-ci les agressions perpétrées par des militants de gauche et d'extrême gauche. L'agression d'un militant du Front national par des militants du

¹⁶⁹ Bobards d'or, « Les champions d'arithmétique électorale sur France 5, le mensonge "C'est dans l'air !" », *Bobards d'or*, 2012. URL : <http://www.bobards-dor.fr/2012/portfolio/calvi-dely-cayrol-et-barbier-france-5/>.

¹⁷⁰ Bobards d'or, « Bobard calculette, *Bobards d'or*, *Bobards d'or*, 2013. URL indisponible.

Front de gauche aurait ainsi été minorée par les médias. Les organisateurs de la cérémonie soulignent alors les traitements médiatiques jugés différenciés des violences, distinguant victimes progressistes et victimes de droite et d'extrême droite.

« Cette méthode de rédaction de l'AFP ne ferait pas tant de bruit si elle s'appliquait à tout le monde, notamment aux FEMEN qui auraient été "violemment agressées par des militants d'extrême droite" le 18 novembre dernier, alors même qu'elles étaient venues provoquer la manifestation des défenseurs de la famille¹⁷¹ ».

La montée en épingle des violences racistes et homophobes, et sa contrepartie négative, la minoration de celles connues par les *militants nationalistes* et autres *défenseurs de la famille* participeraient à la propagande des médias. Le groupe ultra-conservateur se conçoit alors comme méprisé par des journalistes multipliant les cadrages médiatiques en sa défaveur.

Pareille représentation s'accompagne d'opérations de resignification renversant des conceptions majoritairement partagées, notamment eu égard aux discriminations connues par certains individus. Les médias sont alors accusés d'accorder une place prépondérante aux thèmes de l'islamophobie, de la xénophobie et de l'homophobie, au détriment d'une discrimination supposément vécue quotidiennement par le *vrai peuple* : le « racisme anti-blanc¹⁷² » (Hajjat, 2020). Deux *bobards* sélectionnés en 2016 traitent justement de cette thématique. Les journalistes et les médias sont accusés d'encourager le développement d'une culpabilité autour des identités françaises et européennes, celle-ci encourageant la montée d'un racisme déjà omniprésent, prenant des formes violentes, voire mortelles. La déclaration suivante illustre l'imprécision qui entoure la figure du « blanc », du « Français ». Cette figure est en réalité définie par la négative, les oppresseurs suggérés dénoncés dans cette tirade étant extérieurs à la communauté des « blancs » et étant caractérisés par certains marqueurs spécifiques : le rap, la délinquance (« gang », « racaille »), et la pratique d'un Islam présenté comme conquérant (manifeste ici à travers la mention du voile).

« Comme on a dit et répété que les blancs sont la lie de l'humanité, certains l'ont cru et agissent. Alors ce bobard, ce n'est pas qu'un bobard.

¹⁷¹ Bobards d'or, « Bobard par atténuation : les "légères douleurs" des militants FN », *Bobards d'or*, 2013. URL indisponible.

¹⁷² Il convient cependant de noter qu'à rebours des discours entretenus à l'occasion de la cérémonie, les médias dominants ont en réalité encouragé, au moins un temps, l'emploi et la diffusion de cette expression (Kokoreff, 2005).

Ce bobard, c'est aussi un texte de rap qui dit "nique la France". Ce bobard, c'est un étudiant agressé au cri de sale français de merde dans le Noctilien. Ce bobard, c'est une ratonnade anti-blancs dans une manif lycéenne. Ce bobard c'est une Anglaise de (incompréhensible) qui est réduite en esclavage sexuel par un gang pakistanais. Ce bobard, c'est un jeune homme assassiné à coup de machette par une racaille. Ce bobard, c'est une adolescente violée dans une cave d'une cité parce qu'elle refuse de mettre le voile. Ce bobard, c'est l'ensemble des insultes, des agressions, des viols, des passages à tabac, des meurtres commis au nom de la haine anti-blanc. Alors, voter pour ce bobard, c'est rappeler à tous ces journalistes, à tous ces hommes politiques, à tous ceux qui vivent bien tranquilles dans leurs quartiers sécurisés que oui, leurs mots, leurs insultes, leurs mensonges ont des effets. Ont des effets bien concrets sur la vie de notre peuple, sur des Françaises et Français qui sont victimes d'insultes au quotidien, d'agressions, parfois de viols ou de meurtres. Mais bon... des blancs victimes, on s'en fout ! Après tout vous n'existez pas (applaudissements) ! » (Cérémonie des Bobards d'or 2016)

On notera dans ce passage le déplacement souligné par Kokoreff dans son article de 2005 traitant du racisme anti-blanc : la « ratonnade » correspondant à des actes violents motivés par le racisme à l'égard des populations arabes, il est éminemment surprenant de parler de « ratonnade anti-blanc ». Le sociologue s'en référait alors à une confusion générale permettant ce déplacement, je souligne qu'elle est ici volontiers entretenue. La fin de la tirade permet de souligner la double responsabilité imputée aux médias dans le développement de ce « racisme anti-blanc ». Tout d'abord, en stigmatisant les « Français de souche », les « blancs », ils génèreraient un climat favorable aux violences de tout type à leur encontre. Ensuite, en refusant de considérer le « racisme anti-blanc » comme un fait social réel et menaçant, ils empêcheraient de prendre conscience de l'urgence associée à cette thématique, permettant par là même la perpétuation et l'aggravation de ces violences. La charge est de plus marquée par l'expression d'un anti-élitisme populiste : alors que les *vrais Français* sont présentés comme les « victimes d'insultes au quotidien, d'agressions, parfois de viols ou de meurtres », les élites politiques et éditoriales bénéficieraient des ressources économiques qui leur permettent de s'en abriter.

Une seconde discrimination, supposément ignorée des médias est mise en avant à l'occasion de la cérémonie de 2016 : la « christianophobie ». Celle-ci est définie comme une « entreprise de déconstruction », visant à altérer et attaquer l'image du christianisme, en le représentant comme une religion porteuse d'un certain danger.

Le corolaire de cette entreprise serait alors la minoration de la menace – pourtant soulignée par les réinformateurs – représentée par l’Islam.

« C’est une entreprise de déconstruction. Derrière, il y a l’idée comme quoi les chrétiens eux aussi décapitent, les chrétiens c’est l’Inquisition, les chrétiens c’est les Croisades... Vous connaissez, ça c’est un bobard long, c’est un bobard marathon. C’est tout le temps qu’on nous raconte ça et pour le coup-là, avec cet exemple-là on en a un beau... Derrière, il y a l’idée comme quoi le christianisme, finalement, c’est la même chose que l’Islam, et même plus grave... Et je vous remercie d’avoir ciblé ce Paul Moreira... Plus grave encore, il y a l’idée que le christianisme est plus grave que l’Islam, plus dangereux. Et en cela, c’est une entreprise qu’on voit partout, poindre dans tous les médias. » (Cérémonie des Bobards d’or 2016)

Ainsi, le rire déployé à l’occasion de la cérémonie permet l’affirmation d’une identité commune, suggérée par la combinaison des indignations et des causes qui y sont défendues. Le positionnement clairement à droite des organisateurs de la cérémonie apparaît à travers la sélection des *bobards* soumis au vote, mais aussi par la revendication d’une posture *politiquement incorrecte*, éloignée de la « bien-pensance » considérée comme hégémonique. Une telle posture se traduit concrètement par la défense des valeurs et référents considérés comme mis à mal par la *propagande islamophile, immigraphile et homosexaliste*. On peut ici réaliser un parallèle avec les points observés par Atton dans son analyse du site Internet du British National Party (Atton, 2006) : l’endogroupe y présente son identité comme étouffée et devant être défendue, mais présente comme des menaces des identités qui sont elles-mêmes socialement réprimées. Le rire exercé pendant la cérémonie permet alors à ses participants – organisateurs, jurés et public – de manifester un attachement aux schémas familiaux traditionnels, à une identité *enracinée* et à une culture reconnaissant une place centrale au christianisme. Les médias sont alors estimés constituer des menaces directes pour l’identité des rieurs, et ces derniers se projettent comme appartenant à un groupe dissident, engagé dans une lutte relative aux représentations et aux valeurs.

3.2. L'administration de la preuve du mensonge dans les « bobards »

La cérémonie des Bobards d'or, à l'occasion de laquelle des assertions médiatiques estimées erronées sont moquées, peut être appréciée comme participant à un renversement des logiques du *fact-checking*. Les réinformateurs n'hésitent en effet pas à cette occasion à s'emparer de certains des référents de la profession des *fact-checkers*, et notamment celui des *fake news* (Figure 7). Cependant, il ne s'agit pas ici de mettre des déclarations à l'épreuve des faits pour en apprécier l'exactitude ou la véracité (Bigot, 2018), mais bien de multiplier les occurrences à l'occasion desquelles les assertions médiatiques sont erronées, ou peuvent du moins être remises en question. La logique cumulative à l'œuvre ne vise ainsi pas tant à établir la vérité qu'à confirmer les soupçons relatifs à la compromission des médias *mainstream*.



Figure 7 : En 2019, Polémia annonce que la 10^{ème} édition de la Cérémonie des Bobards d'or récompense « Les pires “fake news” de l'année »

Les références comprises dans la description des *bobards* n'ont pas pour seul objet de désigner les médias accusés de mensonge. Elles servent aussi à en administrer la preuve, à démontrer que les contenus d'actualité mis à l'index par les organisateurs de l'évènement sont bien des éléments dont la véracité ou l'authenticité doivent être remises en question. La preuve sert alors à contester les faits exposés et les opinions exprimées. Elle permet d'instituer la croyance que les médias mentent effectivement, et a ainsi pour objet de convaincre le public internaute. L'analyse des différents *bobards* présentés sur le site Internet de la cérémonie à travers les années

révèle qu'environ deux tiers (64.9%) contiennent une ou plusieurs références tierces permettant de contester le mensonge reproché. À l'inverse donc, un tiers des *bobards* ne comprend aucune référence faisant la preuve du mensonge. Dans cette configuration, la démonstration s'appuie sur la revendication de prétendues évidences et d'un supposé « bon sens ». C'est ainsi que certains des *bobards* sont dépeints comme intrinsèquement illogiques ou frauduleux, sans que le raisonnement des réinformateurs n'ait besoin d'être appuyé par un appareil de preuves. Les exemples suivants font ainsi appel au *bon sens arithmétique* des internautes :

« Rappelons donc à ces étranges “experts” comment est calculé un pourcentage électoral : au dénominateur, le nombre des votants ; au numérateur, le nombre des suffrages exprimés en faveur d'un parti. Quand un parti augmente le nombre de ses candidats, il augmente le nombre des suffrages recueillis et donc son pourcentage global. C'est du niveau de la classe de CM1¹⁷³ ».

« Le Figaro de Serge Dassault traite de l'acquisition par la Palestine du statut d'État observateur non-membre à l'ONU. Voici comment cette victoire importante pour la cause palestinienne est présentée : « Un vote acquis à une majorité confortable mais pas écrasante de 138 voix pour, 9 contre et 41 abstentions. ». [...] : 1 – Un professeur de mathématiques doit être embauché par le Figaro : 94 %, si ce n'est pas une victoire écrasante, qu'est-ce donc ? 2 – Un ophtalmo doit peut-être prendre le relais... 3 – À moins que... non, un bobard ?¹⁷⁴ ».

Dans les deux exemples cités ci-dessus, le « bon sens » invoqué en appelle aux mathématiques, et à des connaissances qu'on estime maîtrisées par tous (« C'est du niveau de la classe de CM1 »). Il apparaît cependant que les évidences auxquelles les réinformateurs font référence dans la description de certains *bobards* s'appuient sur les conceptions identitaristes du monde social, telles que précédemment exposées. L'exemple d'un *bobard* portant sur les déclarations de deux économistes ayant présenté l'immigration comme un moyen de dynamiser l'économie française permet d'illustrer ce point :

« En se focalisant sur l'aspect numérique et démographique nos “spécialistes” oublient qu'un pays n'est pas qu'une somme d'individus et que l'accroissement de l'immigration poserait un problème majeur

¹⁷³ Bobards d'or, « Calvi, Dély, Cayrol et Barbier (France 5), les champions d'arithmétique électorale sur France 5, le mensonge “C'est dans l'air !” », *Bobards d'or*, 2012. URL : <http://www.bobards-dor.fr/2012/portfolio/calvi-dely-cayrol-et-barbier-france-5/>.

¹⁷⁴ Bobards d'or, « Le bobard de corail », *Bobard d'or*, 2013. URL indisponible.

d'intégration, que l'on ressent déjà cruellement aujourd'hui. Bel exemple de naïveté et de bêtise...¹⁷⁵ ».

Les organisateurs ne ressentent pas le besoin ici d'appuyer l'idée qui est la leur : une nation ne peut être appréciée que comme un ensemble relativement homogène, pour lequel l'immigration constitue nécessairement une menace. Dès lors, l'approche des économistes dénoncés est nécessairement erronée, en ce qu'elle s'appuie sur des disciplines niant cette évidence (ici, la démographie), et qu'elle relève conséquemment de la « naïveté » et de la « bêtise ». On notera par ailleurs dans les deux exemples la mobilisation d'un même procédé typographique afin de mettre à distance ceux tenant des discours allant à l'encontre des prétendues évidences défendues par les réinformateurs : l'emploi de guillemets. Ces derniers encadrent les titres mobilisés par les locuteurs s'exprimant dans les médias (ils sont « experts », « spécialistes »), titres que le procédé typographique permet de remettre en question. Si un tiers des *bobards* ne fait ainsi référence à aucune preuve permettant de contester la véracité ou l'authenticité de l'assertion médiatique considérée comme mensongère, deux tiers convoquent une ou plusieurs preuves. La distribution du nombre de sources mobilisées est la suivante (Tableau 9), avec un nombre moyen de preuves de 2,3, pour les *bobards* en invoquant.

<i>Nombre de preuves</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Nombre de bobards</i>	25	26	7	7	2	1	0	1	1

Tableau 9: Distribution des preuves dans l'ensemble des « bobards »

L'administration de la preuve s'appuie en premier lieu sur des liens hypertextes redirigeant les internautes vers des contenus tiers (52% des preuves) et sur des publications issues des RSN, insérées dans la description des *bobards* (18.4%). Au-delà de ces considérations formelles, il convient de s'intéresser à la nature des sources effectivement mobilisées par les organisateurs afin de déconstruire les discours des médias *mainstream* (Tableau 10). Environ un tiers des preuves mobilisées sont issues de médias de réinformation, ou d'organisations affiliées (30.26%). Dans cet ensemble, la source à laquelle il est le plus fait référence est

¹⁷⁵ Bobards d'or, « La Tribune : la France a besoin de 10 millions d'immigrés d'ici 2040 », *Bobards d'or*, 2012. URL : <https://www.bobards-dor.fr/2012/portfolio/la-tribune/>.

l'*Observatoire du Journalisme* (OJIM). Il n'est pas surprenant d'observer qu'il est le principal site de réinformation auquel il est fait référence pour contester les discours des médias dominants. En effet, les articles qu'il propose consistent généralement en des réactions aux déclarations de personnalités publiques. Mais plus important encore, il met à disposition des internautes des fiches – qualifiées de « portraits » – ayant pour objet de renseigner les engagements et les prises de position d'acteurs travaillant au sein de médias *mainstream*. Comme je l'ai indiqué en début de ce chapitre, la place donnée à ces renseignements dans les « portraits » entretient l'idée que l'actualité d'information est en premier lieu la fonction des engagements et sympathies des journalistes, et non des contraintes sociales et économiques qui pèsent sur les mondes de l'information.

Nature de la source	Effectifs (n)	Proportion (%)
Médias mainstream (dont AFP)	52	34.21
Réinformation et affiliés	46	30.26
Sources institutionnelles (INSEE, INED, rapports ministériels)	13	8.55
Acteurs de la critique <i>de gauche</i> des médias	1	0.66
Autres	40	26.32
<i>Ensemble</i>	152	100

Tableau 10 : Distribution des sources permettant de contester les « bobards »

La principale source mobilisée pour contester les « mensonges des médias dominants » consiste cependant en des productions de ces mêmes médias (34.21%). La critique portée par les acteurs de la réinformation se révèle dès lors paradoxale : l'entreprise de contestation portée par les médiactivistes est caractérisée par une forte dépendance à l'égard de médias pourtant conspués. Cette dépendance a été précédemment soulignée dans plusieurs articles, reposant sur l'emploi de méthodes computationnelles (Venturini *et al.*, 2018) ou dans des monographies insistant sur le travail de reformulation des articles des médias *mainstream* qui se loge au cœur de l'activité de certains sites de réinformation (Jammet et Guidi, 2017 ; Lukasik, 2018). André Haller et Kristoffer Holt (2019), dans leur analyse des pages Facebook de Pegida en Allemagne et en Autriche – mouvement engagé dans une dénonciation farouche des « médias menteurs » (*lügenpresse*) –, insistaient aussi sur le fait que la présence de liens en direction des médias *mainstream* pouvait aussi bien relever

d'une logique contestataire que d'une logique affirmative. En effet, les pages observées par les deux chercheurs renvoyaient à certains articles qui pouvaient être considérés comme des éléments de confirmation des vues et opinions identitaristes défendues par le mouvement. Dans le corpus, les renvois aux médias *mainstream* relevant d'une perspective affirmative concernent notamment la presse quotidienne régionale (PQR) : *La Voix du Nord*, *La République du Centre* ou encore *Ouest France*. Cette dernière est notamment mobilisée eu égard à la place qu'elle accorde aux faits-divers, qui permettent aux réinformateurs d'illustrer leurs vues sur des questions telles que la délinquance ou l'accueil des migrants. La dénonciation des médias *mainstream* se révèle plus paradoxale encore quand les preuves mobilisées proviennent des productions de ceux faisant l'objet des attaques les plus virulentes. L'exemple de l'AFP est à ce titre particulièrement parlant. L'agence est pointée du doigt par les réinformateurs qui la représentent comme le symbole de la pensée unique médiatique. Il lui est ainsi reproché de ne pas respecter l'éthique journalistique, et d'imposer par ses dépêches des informations idéologiquement biaisées.

« Lorsque l'on est la source principale, sinon unique, d'informations de la plupart des médias hexagonaux qui recopient fidèlement et scrupuleusement ses dépêches, un impérieux devoir d'objectivité et de neutralité devrait s'imposer à soi. Une évidence qui ne semble pourtant pas partagée par la rédaction de l'AFP¹⁷⁶ ».

C'est ainsi que les *bobards* de l'AFP sont fréquemment représentés dans la sélection retenue par les organisateurs de la cérémonie, parfois à travers une catégorie dédiée. Dans le corpus, 12.6% des *bobards* sont ainsi reprochés à l'agence de presse. L'influence négative attachée à l'AFP, ainsi que la supposée partialité des journalistes qui y exercent n'empêchent pas la référence à ses productions pour rétablir une vérité estimée ternie. À deux reprises, les organisateurs renvoient ainsi à l'AFP à titre de preuve.

« Le 30 juillet 2018, Nicolas Vanderbiest, co-fondateur de Disinfo Lab, publie trois tweets dans lesquels il partage les résultats de son investigation sur l'affaire Benalla. Il montre que 1% des comptes ayant tweeté sur l'affaire ont produit 44% du total des tweets. Il ajoute que "parmi ceux-ci, il y a une correspondance de 27% avec "l'écosystème

¹⁷⁶ Bobards d'or, « "L'affaire Gourevitch" où quand l'AFP tente de décrédibiliser un chercheur indépendant », *Bobards d'or*, 2015. URL : <http://bobards-dor.fr/2015/portfolio/laffaire-gourevitch-ou-quand-lafp-tente-de-decredibiliser-un-chercheur-independant/>.

russofile””. BFM ne tarde alors pas à en faire un article. C’est la théorie de l’amplification par “gonflage numérique”. Le 8 août 2018, EU Disinfo Lab publie l’ensemble de ses résultats et là une dépêche de l’AFP constate qu’il n’existe “aucune preuve d’ingérence russe sur Twitter”¹⁷⁷ ».

Dans la même perspective, les organisateurs peuvent renvoyer vers les initiatives de *fact-checking* du *Monde* (Les Décodeurs) et de *Libération* (Checknews), quand bien même ils les considèrent comme des initiatives répondant plus à des motivations idéologiques qu’à des préoccupations éthiques et professionnelles. Ainsi, c’est à un article issu de la rubrique des Décodeurs que renvoient les organisateurs de la cérémonie pour contester le caractère raciste d’une agression rapportée par *France Info*¹⁷⁸.

Près de deux tiers des sources mobilisées à titre de preuves proviennent donc d’acteurs prétendant à la production d’informations d’actualité, qu’il s’agisse de médias de réinformation ou de médias *mainstream*. La réfutation des assertions médiatiques par les réinformateurs s’appuie *a contrario* peu fréquemment sur des statistiques et des rapports institutionnels, ressources privilégiées par les journalistes se consacrant au *fact-checking* dans leur certification des déclarations publiques (Bigot, 2017b). En effet, 8.5% seulement des références mobilisées pour faire la preuve des mensonges des médias proviennent de sources institutionnelles. Ces dernières sont notamment mobilisées pour traiter de l’immigration. Ainsi, pour contester un économiste qui déclarait au *Point* que « la France est un des pays les plus fermés après la Corée du Sud et le Japon¹⁷⁹ », les réinformateurs renvoient à des études de l’OCDE, en employant des liens hypertextes redirigeant l’internaute vers l’étude « Perspectives des migrations internationales » réalisée par l’Organisation, et en incorporant dans le texte de présentation du bobard des graphiques en étant issus. De la même façon, les données produites par l’INSEE sont mobilisées en 2012 pour contester des déclarations relatives à l’immigration et au bénéfice qu’elle peut représenter d’un point de vue économique :

¹⁷⁷ Bobards d’or, « Bobards “bots russes” : Moscou derrière l’affaire Benalla », *Bobards d’or*, 2019. URL : <https://bobards-dor.fr/bobards-dor-2019/bobard-bots-russes-moscou-derriere-laffaire-benalla/>.

¹⁷⁸ Bobards d’or, « Bobard “Omelette raciste” : l’effet Salvini – Aggression raciste d’une athlète noire italienne », 25 janvier 2019. URL : <https://bobards-dor.fr/bobards-dor-2019/bobard-omelette-raciste-leffet-salvini-aggression-raciste-dune-athlete-noire-italienne/>.

¹⁷⁹ Site Internet des Bobards d’or, « “Bobard barbelés” : la France, aussi fermée que le Japon ? (Le Point) », 17 février 2018. URL : <https://bobards-dor.fr/bobards-dor-2018/bobard-barbeles-la-france-aussi-fermee-que-le-japon/>.

« [C]omment les immigrés peuvent-ils être des moteurs de la croissance alors qu'en 2009, selon l'enquête emploi de l'INSEE, le taux de chômage des étrangers hors Union européenne était de 23,5 % soit le triple du taux des Français ? De plus, le taux de chômage des 15/24 ans résidant en France atteint 35 % (toujours en 2009) pour les enfants qui ont au moins un parent immigré d'un pays tiers, soit le double du taux de chômage subi par les enfants ayant deux parents français¹⁸⁰ ».

Le faible recours aux données publiques et parapubliques peut trouver racine dans la maigre confiance des acteurs de la réinformation dans les institutions du « système », représentées comme idéologiquement orientées. La défiance à leur égard est manifeste dans certaines des descriptions de *bobards* : les données de l'INSEE sont ainsi présentées comme une « base officielle donc minimisante¹⁸¹ ». Ainsi, les réinformateurs mobilisent en premier lieu dans leur contestation des assertions médiatiques des sources médiatiques, ce qui les distingue des journalistes de fact-checking dont ils empruntent pourtant certains des référents. Le principal type de sources mobilisé pour réfuter les discours médiatiques consiste ainsi en des productions de ces mêmes médias. Dans leur critique même, les acteurs de la réinformation sont ainsi dépendants des médias *mainstream*. Ceci révèle par ailleurs une faille logique dans la rhétorique réinformatrice : alors que le paysage médiatique est présenté comme uniforme, la contradiction est apportée par la mobilisation de productions des médias dominants, révélant la diversité des lignes éditoriales et la multiplicité des opinions exprimées dans les colonnes et sur les ondes. Le second type de sources le plus fréquemment mobilisé pour contester les assertions des médias, ou faire la preuve de leurs mensonges consiste en des productions des médiactivistes de réinformation. Comme précédemment mentionné, toutes les sources tierces n'ont pas pour objet de faire la preuve du mensonge des médias dominants. Deux autres fonctions peuvent ainsi être identifiées, participant à l'élargissement de la critique.

¹⁸⁰ Bobards d'or, « Éric Le Boucher : l'immigration, moteur de la croissance, élève les salaires des Français », *Bobards d'or*, 2012. URL : <https://www.bobards-dor.fr/2012/portfolio/eric-le-boucher-europe-1/>.

¹⁸¹ Site Internet des Bobards d'or, « Bobard professoral », 1^{er} mars 2013. URL indisponible.

3.3. De la critique des « bobards » à la critique du « système médiatique »

Si elle porte une ambition humoristique, la cérémonie des Bobards d'or est en premier lieu dédiée à la dénonciation des mensonges et biais supposés des journalistes des médias dominants. Ce faisant, je propose une analyse s'inspirant de l'article « La dénonciation » (Boltanski, Darré *et al.*, 1984). Ce texte distingue quatre catégories d'actants directement impliqués dans les phénomènes de dénonciations publiques, chacune pouvant désigner des entités collectives ou singulières. La première concerne le dénonciateur, c'est-à-dire celui prenant en charge l'acte de dénonciation. Ici, ce sont les animateurs de la fondation *Polémia* et les médiactivistes impliqués dans l'organisation de la cérémonie qui tiennent ce rôle. La victime est la personne ou le groupe au nom duquel est opérée la dénonciation. Dans le cadre de la cérémonie des Bobards d'or, c'est l'opinion publique qui est présentée comme la victime, car dépeinte comme exposée à une information trompeuse, idéologiquement biaisée. Le persécuteur désigne l'individu à l'encontre duquel la dénonciation est exercée. Finalement, le juge renvoie à l'institution ou à l'individu auprès duquel est déposée la dénonciation. Dans le cadre qui m'intéresse ici, le juge est une opinion publique qualifiée, le public de la réinformation, appelé à voter en ligne et à l'occasion de la cérémonie afin de sanctionner symboliquement ce qu'il considère comme étant les mensonges les plus flagrants des médias dominants.

Je n'ai pas précisé la nature du persécuteur tel qu'il est dessiné par la cérémonie. Si je m'en tiens aux 111 *bobards* proposés au vote, ce sont des persécuteurs singuliers qui sont visés. En effet, des assertions spécifiques sont isolées, et l'opprobre vise le média et le journaliste qui en portent la responsabilité. C'est ainsi que 91.9% des *bobards* désignent un média précis comme responsable du mensonge, et que 56.8% pointent du doigt un journaliste identifié nommément comme coupable¹⁸². Pourtant, le discours de réinformation est un discours de dénonciation du « système médiatique » et des journalistes qui y travaillent dans leur ensemble. Plusieurs

¹⁸² N'ont pas été comptés comme entrant dans cette logique, au moment du codage, les *bobards* renvoyant à des productions de l'AFP, signées par des initiales.

verbatim issus des discours tenus à l'occasion des cérémonies permettent d'illustrer le fait que la critique qui y est développée est générale et non circonstanciée.

« Mais avant de regarder et d'examiner ces six sujets, je voudrais attirer votre attention sur le fait qu'à force de critiquer nos écotiers, plus personne ne voudra devenir journaliste, c'est quand même grave. Évidemment à l'évocation d'un des plus vieux métiers du monde, je vous entends déjà, chers amis, vitupérer, protester, en un mot, voir rouge, si je puis me permettre. Comment ? Vous n'allez quand même pas plaindre ces menteurs à gages, ces manipulateurs d'opinions, ces suppôts du système, qui empêchent à leurs adversaires de détailler leurs points de vue, soit en les ignorant, soit en les bombardant d'incessantes questions façon moustique hystérique sur sa proie ? » (Cérémonie des Bobards d'or 2013)

« Il est temps de conclure cette soirée. Cher ami journaliste, c'est à toi que je m'adresse. Ce soir tu as subi ce qu'on appelle une correction fraternelle ; on t'a chambré, mais sache que c'est pour ton bien. [Rejoins-nous pour servir la vérité]. Cette main tendue que je t'adresse, ne tarde pas trop à la saisir. Cette offre expire bientôt car nous sommes en guerre. Tu es aujourd'hui dans le camp de la mondialisation, de l'humanité hors-sol, sans repères sexuels, identitaires, culturels ou religieux. » (Cérémonie des Bobards d'or 2015)

La critique touche ainsi tous les journalistes, constituant un groupe au service du « système », et radicalement opposé aux opinions et aux vues valorisées par les acteurs de la réinformation et leur public. Les discours tenus à l'occasion de la cérémonie illustrent cette montée en généralité. J'argue aussi ici que la critique est plus large sur le site Internet des *Bobards* qu'elle ne peut le paraître au premier abord.

Il convient dès lors d'interroger la manière dont les ressources numériques employées sur le site permettent le passage d'une dénonciation d'un persécuteur singulier à celle d'un persécuteur collectif. Je distingue quatre fonctions dans le renvoi aux médias *mainstream* dans les références tierces (Tableau 11), dont deux participent directement à cette montée en généralité de la critique : faire état de la circulation des *bobards* (39.7%), et illustrer la compromission idéologique des journalistes et des médias (19%). La fonction de contextualisation du *bobard* renvoie tout à la fois aux articles permettant d'apprécier le contexte de rédaction de l'information pointée du doigt ou de la survenue de l'évènement couvert. Je ne la développe pas ici, en ce qu'elle présente un faible intérêt analytique et qu'elle est la moins employée.

	Administrer la preuve du mensonge	Faire état de la circulation des <i>bobards</i>	Illustrer leur compromission idéologique	Contextualiser le bobard
% des références aux médias dominants	27.5%	39.7%	19%	13.8%

Tableau 11 : Fonction des renvois aux médias mainstream dans les références tierces des « bobards »

3.3.1. Circulation et reprise des énoncés mensongers

La référence aux médias dominants a pour première et principale fonction (39.7%) de faire état de la circulation des *bobards* sélectionnés à l’occasion de la cérémonie. Je qualifie de la sorte les reprises d’informations erronées, ou supposées telles, par les médias *mainstream*. Faire état de cette circulation circulaire des énoncés médiatiques permet aux organisateurs de dépeindre un paysage médiatique homogène, dans lequel les informations circulent sans être vérifiées et sans n’être jamais corrigées quand bien même elles sont marquées au fer-blanc de la *bien-pensance*. C’est dans cette logique que cinq des *bobards* du corpus désignent l’ensemble des médias comme responsables de la production, diffusion et circulation d’informations erronées. Parmi ceux-là, l’un renvoie à la couverture des attentats de Toulouse de 2012, qui aurait « suscité une série de bobards assez rocambolesque, partagée par de nombreux médias ». Est notamment reproché aux journalistes le fait d’avoir privilégié la piste de l’extrême droite à celle de l’Islam radical, avant que l’identité de Mohamed Merah n’ait été révélée. Une fois les faits rattachés à la personne du terroriste, ce sont les mots d’ordre appelant à ne pas faire d’amalgame entre terrorisme et Islam, présentés comme omniprésents dans tous les médias, qui font l’objet de la dénonciation. C’est ainsi que la présentation du *bobard* se conclut par la formule suivante, pour laquelle l’usage des lettres capitales suggère une réaction outrée, que les internautes sont incités à partager :

« *BOBARD SUR TOUTE LA LIGNE, DONC, ET SUR TOUTES LES LÈVRES ! BOBARD TOTAL !*¹⁸³ ».

¹⁸³ Bobards d’or, « Un “bobard total” : l’affaire Merah », *Bobards d’or*, 2013. URL indisponible.

La responsabilité du *bobard* peut aussi être imputée à un individu identifié. Ainsi, la responsabilité de la couverture estimée biaisée de la mort de Clément Méric est associée à des boucs-émissaires identifiés : Nicolas Demorand, et le journal *Libération* dont le journaliste était alors rédacteur en chef. Il leur est reproché d'avoir adopté un cadrage favorable aux militants antifascistes, en ne donnant la parole qu'à ces derniers. Ce biais se serait alors imposé auprès de tous les médias comme étant la seule grille d'interprétation permettant d'expliquer la mort du jeune militant antifasciste.

« Mais Clément est un antifasciste, donc une victime de la “barbarie d'extrême droite”. L'enquête n'a pas encore abouti, les circonstances ne sont pas élucidées. Pourtant, les médias de l'oligarchie convient les hommes politiques de gauche, d'extrême gauche et les camarades de Méric sur tous les plateaux de télévision. On parle de guet-apens, d'expédition fasciste ou du vrai visage de l'extrême droite ; le jeune homme aurait été ciblé et passé à tabac, aucune retenue de la part des journalistes qui donnent simplement la parole aux antifascistes¹⁸⁴ ».

Cette interprétation des faits aurait ainsi pu être développée sur « tous les plateaux de télévision », mais aussi dans la presse. C'est pour illustrer cette prétendue unanimité que 15 liens hypertextes insérés dans le texte de description du *bobard* redirigent l'internaute vers des articles en ligne qui auraient en commun de partager cette partialité. Au-delà de *Libération*, sont donc désignés comme coupable de mensonge les médias *Le Monde*, le *Huffington Post*, *Ouest-France*, *L'Humanité* ou encore *Europe 1*. Cet exemple illustre la logique à l'œuvre dans l'exposé par les organisateurs de la cérémonie de la circulation des mensonges médiatiques, ou supposés tels. La faute est initialement singulière, étant associée à un média primoénonciateur accusé d'avoir fait une erreur en rapportant un fait ou en l'interprétant. Elle devient collective quand les réinformateurs exposent l'ensemble des médias qui, en reprenant l'information sans la vérifier, manqueraient à leur éthique professionnelle.

¹⁸⁴ Bobards d'or, « Nicolas Demorand : “Il était une fois an(tif)a Méric” », *Bobards d'or*, 2014. URL : <http://www.bobards-dor.fr/2014/portfolio/1-nicolas-demorand-il-etait-une-fois-antifa-meric/>.

3.3.2. Faire état de la compromission idéologique des journalistes

Au-delà des références consacrées à mettre en lumière et illustrer la reprise de certains cadrages, de certaines expressions et formulations par les journalistes travaillant pour différents titres de presse, la référence aux médias dominants a pour autre fonction de faire état de leur compromission idéologique. Il s'agit alors de souligner l'écart qui sépare les valeurs identitaristes défendues par les réinformateurs d'avec celles associées aux journalistes. Dans la perspective des organisateurs de la cérémonie, le *bobard* incriminé s'insère dans un ensemble d'approximations, de partis-pris et de manquements à l'éthique professionnelle motivés par des facteurs idéologiques, et aboutissant à une offre médiatique mensongère, car idéologiquement orientée. Deux exemples permettent d'illustrer ce point. Le premier concerne un *bobard* reprochant à un journaliste identifié de *France 3 Occitanie* un article favorable à Emmanuel Macron¹⁸⁵. Ce dernier s'était déplacé à Toulouse et avait provoqué un petit attroupement de personnes venues à sa rencontre. Le journaliste en charge de la couverture de ce déplacement est cependant accusé d'avoir très largement exagéré le nombre de personnes qui s'étaient déplacées. La dénonciation est complétée par un lien hypertexte redirigeant vers un second article, écrit par ce même journaliste. Ledit article ne traite alors pas d'Emmanuel Macron, ni même de politique politicienne : il est l'expression d'une indignation du journaliste, qui s'offusque des propos racistes tenus dans les commentaires sur la page Facebook de l'antenne régionale de *France 3* suite à l'arrivée de migrants dans la région toulousaine. Dès lors, le journaliste est représenté comme favorable à Emmanuel Macron, mais aussi comme *immigrationniste*, pour reprendre les termes employés par les acteurs de la réinformation. Le second exemple concerne le journal *Le Monde*. Il lui est reproché en 2016 d'avoir minoré le nombre de manifestants réunis à l'occasion d'une marche d'opposition à l'immigration organisée par le SIEL. Le texte de présentation du *bobard* comprend alors quatre liens hypertextes, renvoyant à des articles proposés par le journal, mais concernant les conditions de vie des migrants dans « la jungle

¹⁸⁵ Bobards d'or, « "Bobard point de vue" : Toulouse, le bain de foule de Macron était bidon (France 3 – AFP) », *Bobards d'or*, 2018. URL : <https://bobards-dor.fr/bobards-dor-2018/bobard-point-de-vue-toulouse-bain-de-foule-de-macron-etait-bidon/>.

de Calais ». Ces articles, supposément complaisants à l'égard des migrants, servent alors de références pour illustrer le biais *immigrophile* qui caractériserait la production d'actualité du quotidien du soir. Ce faisant, la lecture suggérée est la suivante : le SIEL étant opposé à l'accueil des migrants, quand *Le Monde* y apparaît favorable, la couverture de l'actualité du parti par le quotidien ne peut être qu'orientée.

Les médiactivistes de réinformation instituent donc la croyance en un paysage médiatique corrompu et indigne de la confiance des Français par le biais des références tierces présentées sur le site de l'évènement. Les *bobards* sélectionnés tous les ans constituent autant de précédents pour lesquels les journalistes sont considérés comme responsables de mensonges flagrants, qu'il s'agisse d'entorses au sens commun ou de manipulations médiatiques plus élaborées motivées par la partialité des journalistes. Ceci justifie la remise en cause de l'acceptabilité des discours médiatiques, et ce conformément à une logique exposée par Luc Boltanski dans *Énigmes et complots* (2012). Les ressources numériques dont les médiactivistes font usage sur le site de l'évènement permettent de dépasser ces cas isolés pour multiplier les occurrences présentant les médias comme fautifs. Deux modalités d'expression de la faute peuvent alors être retenues : la reprise d'informations publiées par d'autres médias, sans vérification, et la partialité des journalistes de ces mêmes médias dominants. C'est ainsi que sur la base de cas précis dans lesquels les persécuteurs sont identifiés, les médiactivistes parviennent à mettre en accusation l'ensemble des médias *mainstream* et des journalistes. Dès lors, ces deux ensembles peuvent être désignés sous les termes globalisants de « système médiatique », « médias du système », « classe médiatique », ou encore de « caste journalistique ». Cérémonie consacrée à la dénonciation des médias *mainstream* et des journalistes, les Bobards d'or reposent donc sur l'humour pour créer une connivence entre les réinformateurs énonciateurs de la critique et leur public. Ce ressort va permettre de raffermir le sentiment d'appartenance à un groupe commun, s'appuyant sur des valeurs opposées à celles de l'exogroupe journalistique mis à l'index. Les reproches adressés aux journalistes relèvent dans un premier lieu d'une critique idéologique. Associés au libéralisme culturel, les médias sont accusés d'être les complices d'identités minoritaires représentant des menaces pour l'intégrité du corps social français : les populations migrantes, les musulmans et les minorités sexuelles et de

genre. En cela, la grille d'interprétation proposée par Marc Jacquemain (2015), qui distingue « ennemis du bas » et « ennemis du haut » dans les discours réactionnaires, paraît opérante, et particulièrement adaptée à la rhétorique employée sur le site de l'évènement et pendant la cérémonie. Complices d'identités présentées comme menaçantes, les journalistes peuvent ainsi être rangés parmi les « ennemis du haut » décriés par l'endogroupe formé par les réinformateurs et leur public. C'est dans cette même logique que 19% des références tierces redirigeant les internautes vers les médias dominants peuvent être lues comme ayant pour objectif d'illustrer la compromission idéologique des journalistes. Cependant, la première fonction à laquelle renvoient les références tierces relève de la critique éthique et professionnelle. Les journalistes sont en effet accusés de reprendre des informations sans procéder à leur vérification, et ainsi de participer à la diffusion d'actualités erronées. Aussi, les journalistes tels que dépeints lors de la cérémonie sont tout à la fois compromis idéologiquement et éthiquement.

Comme je l'ai de plus illustré, la mise en accusation des journalistes s'opère en deux temps. Sont désignés dans un premier temps comme coupables ceux responsables des informations estimées erronées, tronquées ou tout simplement mensongères faisant l'objet des *bobards*. Dans un second temps, c'est l'ensemble du paysage médiatique français qui est désigné comme coupable, par l'entremise de la variété des dispositifs numériques employés sur les pages de présentation des bobards, qui permettent de dépasser la critique circonstanciée pour développer une critique générale des médias. Le chapitre suivant a pour objet d'étudier la manière dont les journalistes défendent leur territoire professionnel face aux soupçons relatifs à leur autorité et leur légitimité, exprimés par les acteurs de la réinformation – notamment à travers de la Cérémonie des Bobards d'or.

CHAPITRE 4. LE JOURNALISME ET LA REINFORMATION. LA DEFENSE D'UN TERRITOIRE PROFESSIONNEL MENACÉ

Ce chapitre a pour vocation de s'intéresser à la manière dont les journalistes des médias *mainstream* réagissent au développement de discours formulés par des médiactivistes issus de l'extrême droite, remettant en question la légitimité de leur travail et de la position qu'ils occupent dans la société (Chapitre 3). À cette fin, je développe une approche croisant les apports de la sociologie des professions d'Andrew Abbott (Abbott, 1988 ; Jouvenet, 2022) avec la notion de *boundary work* proposée dans le cadre des *sciences studies* par Thomas Gieryn (1983). Les deux auteurs mettant au cœur de leurs réflexions les notions de territoire et de frontières, j'y consacre mes premiers développements.

Le travail sur les professions initié par Andrew Abbott rompt avec les approches qui dominaient jusque-là la sociologie des professions, influencées par le fonctionnalisme ou cherchant à étudier les structures professionnelles. Pour le sociologue, c'est le travail effectivement réalisé qui mérite d'être étudié, soit l'ensemble formé par le savoir théorique (*knowledge*) et le savoir pratique (*craft*) employés dans le cadre des activités professionnelles ordinaires. La notion de juridiction, centrale dans son ouvrage *The system of profession*, désigne le lien qui existe entre une profession donnée et le travail qu'elle prend en charge. Dans la perspective d'Andrew Abbott, chaque groupe professionnel occupe ainsi un territoire donné, organisé autour de cette relation juridictionnelle. Chacun est entouré de territoires professionnels distincts, dans une perspective écologique. Les frontières qui permettent de distinguer les différents territoires ne sont cependant pas fixes : elles sont en réalité travaillées par des forces divergentes, chaque profession pouvant chercher à étendre son autorité et sa légitimité. De ce fait, les frontières constituent des zones de tensions potentielles et c'est là que peuvent se développer ce qu'Andrew Abbott appelle des « conflits juridictionnels » (*jurisdictional disputes*), soit des désaccords ouverts relatifs à l'adéquation d'une profession donnée avec le travail qu'elle est supposée assumer. De telles situations sont encouragées par des situations de vacances juridictionnelles provoquées par différentes dynamiques : déclin démographique d'une profession, fragilisation du

contrôle juridictionnel, apparition de nouveaux problèmes sociaux et culturels, *etc.* Des conflits de ce type peuvent alors aboutir à une réduction du territoire occupé par une profession, au bénéfice d'une profession concurrente, ou au contraire à une réaffirmation et un renforcement de sa juridiction.

Cette perspective qui vise à insister sur le rôle des frontières, appelées à distinguer les entités sociales, est partagée par Thomas Gieryn (1983), qui a consacré un article au travail de délimitation (*boundary-work*) opéré par la science depuis l'ère victorienne. Ce *boundary-work* désigne sous sa plume l'attribution d'un ensemble de caractéristiques à une institution (ici, la science), avec pour finalité de construire une démarcation permettant d'identifier les activités intellectuelles ne relevant pas de la science¹⁸⁶. Le retour historique proposé par l'auteur permet de montrer que la construction sociale du périmètre du travail scientifique a été le produit de la revendication de méthodes et de valeurs singulières, à chaque fois invoquées dans une conjoncture spécifique. Ce processus a été enclenché à plusieurs reprises, et Thomas Gieryn identifie trois logiques à l'œuvre derrière ce travail de délimitation, ici relatives au travail scientifique mais pouvant être appliquées à d'autres domaines. La première correspond à un objectif d'expansion. Il s'agit de la dynamique à travers laquelle la science est parvenue à construire une légitimité la distinguant de la théologie et de la mécanique. Face à chacune de ces deux disciplines, ont été invoquées des méthodes, valeurs et pratiques distinctives : la portée empirique du travail scientifique a été invoquée pour distinguer la science de la théologie, quand sa visée théorique ne concordait pas avec la pratique de la mécanique. La deuxième logique identifiée par Thomas Gieryn s'inscrit dans une perspective d'expulsion. Il s'agit alors de mettre au ban un segment transgressant certaines des valeurs, méthodes ou pratiques revendiquées par le groupe. C'est ainsi que la phrénologie a été écartée des sciences. Les artisans de cette mise à l'index ont alors pointé l'inadéquation des objectifs politiques et religieux poursuivis par les phrénologues avec l'objectivité et l'absence de préconceptions devant guider l'activité scientifique. La troisième logique identifiée correspond à la préservation de

¹⁸⁶ « The focus is on boundary-work of scientists: their attribution of selected characteristics to the institution of science (i.e., to its practitioners, methods, stock of knowledge, values and work organization) for purposes of constructing a social boundary that distinguishes some intellectual activities as "non-science". Boundary-work is analyzed as a rhetorical style common in "public science" (Turner, 1980:589; cf. Mendelsohn, 1977:6), in which scientists describe science for the public and its political authorities, sometimes hoping to enlarge the material and symbolic resources of scientists or to defend professional autonomy » (Gieryn, 1983, p. 782).

l'autonomie. Il s'agit alors de construire des « murs interprétatifs » (Carlson, 2015) visant à se préserver des critiques émanant du public, et plus particulièrement de l'État ou des grandes entreprises dans le cas de la science.

Je l'ai observé dans les chapitres précédents (Chapitres 1 et 3), l'autorité et la légitimité des journalistes sont contestées par des acteurs se réclamant d'une étiquette commune, la réinformation. Le conflit juridictionnel qui en résulte, à travers lequel des profanes entendent pouvoir porter un discours sur l'actualité, invite à penser la manière dont se déploie le travail de délimitation mis en œuvre par les journalistes afin de préserver leurs positions et leur territoire. Dans les développements à venir, je cherche donc à qualifier le territoire occupé par la profession journalistique, en insistant sur la fragilité qui caractérise ses frontières. J'observe dans un deuxième temps que l'essor du numérique a pour effet de fragiliser plus encore ces frontières. C'est donc dans un troisième temps que j'étudie le *boundary-work* mis en place par les journalistes, leur permettant de faire face à la critique portée par les médiactivistes de réinformation.

4.1. Le journalisme, un territoire professionnel aux frontières poreuses

En France, plusieurs professions voient leur exercice encadré par des frontières formelles permettant d'affirmer la légitimité et l'autorité des praticiens. C'est notamment – mais pas exclusivement – le cas des professions intellectuelles. Ces exigences vont se traduire de plusieurs manières : la remise de licences professionnelles sans lesquelles l'activité est impossible, la détention de diplômes attestant l'effective validation d'une formation ou encore l'appartenance à une organisation professionnelle régulant les relations entre les praticiens (le « barreau », pour les avocats, en est un exemple). La profession journalistique échappe, elle, à toute logique de ce type (Carlson, 2015). Le passage par des écoles de journalistes et la détention d'une carte de presse ne constituent en rien des critères définitifs permettant de la circonscrire. En effet, contrairement à certains pays, comme le Brésil, où le statut de journaliste n'est ouvert qu'aux seuls diplômés (Pélissier et Ruellan, 2003), les formations spécialisées ne conditionnent pas

l'obtention du statut de journaliste. Tant et si bien que des études répétées conduites par l'Institut Français de la Presse ont montré que seule une fraction des détenteurs de cartes de presse étaient passés par de telles écoles (Bouron, Devillard *et al.*, 2017 ; Devillard, Lafosse *et al.*, 2001, Devillard et Institut Français de Presse, 1992). Le passage par des formations spécialisées a beau devenir de plus en plus commun chez les nouveaux entrants dans la profession, et constituer un enjeu pour l'entrée dans les médias considérés comme les plus légitimes et prestigieux, force est de constater qu'il n'est à aucun moment un prérequis obligatoire. De plus, les critères – problématiques – d'obtention de la carte de presse interrogent la valeur réelle de ce référent symbolique et notamment l'indépendance qu'elle est censée matérialiser (Ruellan, 2015). À ces deux titres, les frontières qui distinguent le groupe professionnel sont donc particulièrement fragiles. Elles le sont plus encore, comme en atteste la définition légale de la profession.

L'approche qui préside en France à la définition du journalisme fragilise en effet le territoire et le rend d'autant plus sensible aux attaques externes. La loi de 1935 statue ainsi que :

« le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une publication quotidienne ou périodique éditée en France, ou dans une agence française d'information, et qui en tire le principal des ressources nécessaires à son existence ».

Une telle approche tautologique (est considéré comme journaliste celui ou celle qui a pour principale activité le journalisme au sein d'un média reconnu par la Commission paritaire des publications et des agences de presse), ne définit ni le journalisme – l'activité qui est désignée par ce qualificatif –, ni les méthodes qui sont employées par les praticiens, ou les objectifs qu'ils poursuivent (Ruellan, 1993). Elle a pour seul objet de fixer des critères amenant à circonscrire ceux pouvant se réclamer d'un exercice *professionnel* du journalisme. Comme je l'ai précédemment illustré dans un article écrit à quatre mains (Stephan et Vauchez, 2021), cette définition invite un segment des médiactivistes – ceux tirant une rémunération de leur activité (voir Chapitre 5) – à se revendiquer du journalisme professionnel.

En dernier lieu, il convient de noter que le discours journalistique a pour objet d'être compréhensible du plus grand nombre. Ceci est notamment la conséquence du mythe

professionnel sur lequel s'appuie cette activité : les contenus produits ont vocation à éclairer (tous) les citoyens, et ainsi à les guider dans leurs choix, notamment politiques. Parce qu'il repose donc sur une exigence de compréhension du plus grand nombre, le journalisme se distingue d'une variété de professions ayant développé des vocabulaires spécialisés spécifiques et porteurs de vertus distinctives (professions juridiques, médicales, *etc.*) (Carlson, 2015).

L'ensemble de ces quatre facteurs – caractère non déterminant de la validation d'une formation en journalisme ; distribution d'une carte de presse ne couvrant pas l'ensemble du territoire professionnel ; existence d'une définition légale mettant l'accent sur le statut et non le travail effectif ; emploi d'un vocable professionnel non distinctif – contribuent donc à la fragilité des frontières du territoire professionnel occupé par les journalistes. Comme le note Denis Ruellan, ces frontières sont par ailleurs fluctuantes, et appellent à prendre compte des échanges qui s'opèrent avec les territoires professionnels voisins :

« fondamentalement, le journalisme n'est pas une activité fermée, aux frontières établies ; au contraire, il se meut dans un espace aux limites fluides, aux pratiques métissées, aux marges des domaines voisins, qui lui transfèrent des pratiques et des conceptions, et reçoivent de lui en échange » (Ruellan, 2015, p. 124)

La littérature permet cependant de mettre en avant plusieurs principes directeurs – un ensemble de normes – qui guident les professionnels (Hermida, 2015 ; Singer, 2015). Il est d'autant plus important de les noter que ce sont ces normes qui sont invoquées par les journalistes en cas de conflit juridictionnel, pour maintenir intact leur territoire. Dans le même temps, il convient d'observer que leur non-respect a pour corolaire une fragilisation nouvelle des frontières qui entourent l'espace professionnel, comme l'a illustré l'exemple de la cérémonie des Bobards d'or. La vérification des informations produites, relayées et publiées s'inscrit ainsi comme une norme cardinale pour la profession. Or, je l'ai observé, la cérémonie vise à pointer du doigt les manquements des médias conventionnels à cet égard. Ces normes constituent donc des armes à double tranchant pour les journalistes.

Outre le principe de vérification, le respect d'autres normes est revendiqué par les journalistes, et donc attendu par leur public : l'objectivité et l'impartialité ; le recours aux sources ; ou encore la responsabilité des journalistes et des rédactions quant aux propos et contenus qu'ils publient. C'est donc du respect de ces normes

que dépend l'exercice du rôle de *gatekeepers* des journalistes et leur pouvoir de mise à l'agenda.

4.2. Des frontières menacées à l'ère du numérique

Dans *Les « Pro » du journalisme*, initialement publié à la fin des années 1990, Denis Ruellan insiste sur la (re)négociation de la frontière séparant le territoire journalistique de celui occupé par les communicants (notamment, les chargés de relations publiques et les conseillers en communication). Ces derniers occupent en effet une place croissante au sein de l'écosystème médiatique. Producteurs d'informations brutes appelées à être reprises – et reformulées (Champagne, 2000), les communicants occupent la position d'« associés-rivaux » des journalistes (Legavre, 2011). Dans ce cadre, ces derniers ont cherché à affirmer l'existence de normes structurantes permettant de distinguer les deux professions. La nouvelle définition normative issue de cette (re)négociation s'appuie alors sur la revendication d'une indépendance à l'égard des logiques marchandes ou encore d'une déontologie professionnelle spécifique (Cappuccio, Quiroga *et al.*, 2021 ; Siméant, 1992).

Plus de 20 ans après ce constat, force est d'observer que le *boundary-work* mis en œuvre par les journalistes occupe une place d'autant plus importante que le contrôle juridictionnel des activités de sélection de l'information, de mise en mots de l'actualité, d'édition et de distribution semble remis en question par l'émergence de nouveaux entrants, facilitée par les développements de l'informatique connectée. Plusieurs travaux attestent de cette dynamique. Dans le contexte américain où prime l'idéal d'une information objective et neutre, le développement au début des années 2000 de blogs – animés par des journalistes ou des non-journalistes – consacrés à l'exposé d'opinions sur l'actualité a été à l'origine d'une interrogation sur les pratiques des journalistes. La généralisation des RSN permettant à tous de témoigner en direct d'évènements, quelques années plus tard, interroge de la même façon le rôle de *gatekeepers* (Shoemaker, Vos *et al.*, 2008) traditionnellement attribué aux journalistes, ainsi que le principe de vérification de l'actualité (Hermida, 2015).

Ces exemples témoignent de la nécessité de prendre en compte l'ensemble des (re)négociations du périmètre du journalisme, qui se jouent à sa frontière avec

d'autres territoires professionnels. Dans ce cadre, il est nécessaire d'intégrer à l'analyse les éventuelles *vacances juridictionnelles* résultant de différentes dynamiques, et notamment provoquées par la fragilisation du contrôle juridictionnel des journalistes et l'apparition de nouveaux problèmes sociaux, économiques et politiques. Ces mouvements peuvent permettre de rendre compte de la mise en œuvre de stratégies d'expansion, d'expulsion et de protection de l'autonomie (Gieryn, 1983) par les journalistes. Reprenant les logiques mises au jour par Thomas Gieryn, Matt Carlson (2015) propose d'adopter la matrice suivante (Figure 8) pour rendre compte du travail de délimitation à l'œuvre dans la sphère journalistique.

Table 0.1 Forms of boundary work in journalism

	<i>Participants</i>	<i>Practices</i>	<i>Professionalism</i>
Expansion	Incorporating non-traditional journalists <i>Example:</i> Citizen journalists	Taking over new media practices as acceptable <i>Example:</i> Tweeting as journalistic form	Absorbing new media as acceptable journalism <i>Example:</i> Television and blogging gain entry into professional journalism
Expulsion	Expelling deviant actors <i>Example:</i> Jayson Blair being fired from the <i>New York Times</i>	Expelling deviant practices <i>Example:</i> Dismissing paparazzi photographers	Expelling deviant forms and values <i>Example:</i> Defining partisan news or tabloid news as not journalism
Protection of autonomy	Keeping out non-journalistic informational actors <i>Example:</i> Public relations agents, advertising departments, citizens	Defense of ability to define correct practices <i>Example:</i> The Leveson Inquiry, the legality of classified leaks	Defense from non-professional outsiders <i>Example:</i> Keeping management away from editorial control

Figure 8 : Les différentes formes du travail de délimitation (Carlson, 2015)

Si les lignes s'inspirent donc du travail de Thomas Gieryn et visent à décrire la dynamique dans laquelle s'inscrit le travail de délimitation, les colonnes s'attachent, elles, à interroger trois dimensions du travail journalistique. La première questionne ainsi la légitimité des acteurs : qui peut revendiquer l'exercice du journalisme ? À qui est refusée la reconnaissance de cette activité professionnelle ? La seconde colonne a pour objet de définir les pratiques légitimes, et d'écarter celles considérées comme illégitimes. La troisième et dernière interroge les vertus épistémiques du journalisme, soit, selon la formule de Dutton et Gallison, un ensemble de « normes internalisées appliquées au nom de valeurs éthiques mais aussi au nom d'une efficacité pragmatique garantissant un savoir » (cité par Doutreix, 2020, p. 116).

L'auteur insiste cependant sur le fait que la lecture de cette matrice ne doit pas être rigide : de la même manière que les auteurs ayant travaillé la notion de frontières insistent sur leur plasticité (Abbott, 1988 ; Gieryn, 1983 ; Jouvenet, 2022), les catégories ici dégagées doivent être employées avec une certaine souplesse. En témoigne l'exemple de l'expulsion d'un participant, le licenciement du *New York Times* de Jayson Blair. Ce dernier avait été pointé du doigt par la rédaction du journal américain pour avoir produit un faux témoignage dans un article. Aussi, autant que l'expulsion d'un individu par ceux qui étaient précédemment ses pairs, ce cas de figure illustre la mise à l'écart de pratiques considérées comme non conformes aux normes fondant les mythes de la profession journalistique. Les développements à venir insisteront sur les dynamiques d'expulsion et de protection de l'autonomie, qui m'intéressent en premier lieu au vu du sujet de la présente étude.

Par-delà la proposition théorique de Matt Carlson, plusieurs études empiriques ont enrichi l'analyse du travail de délimitation mis en œuvre par les journalistes. Des articles ont ainsi souligné l'heuristique des analyses se concentrant sur le discours métajournalistique (Carlson, 2016), permettant de légitimer des pratiques et des acteurs considérés comme professionnels et légitimes tout en écartant ceux réputés ne pas répondre à ces exigences.

Le développement des « infomédiaires » (Rebillard, 2010 ; Rebillard et Smyrnaioi, 2010), acteurs centraux du web avec lesquels les médias d'information entretiennent des relations de coopération, a ainsi fait l'objet d'études. Le réseau social Facebook, par exemple, introduit une rupture importante avec les normes journalistiques (Johnson et Kelling, 2018). En favorisant la circulation de contenus de natures variées, tout en se soustrayant aux responsabilités attachées au rôle d'éditeur de contenu, le réseau social propose en effet un appareillage technique facilitant la diffusion potentielle de nouvelles non vérifiées et potentiellement erronées. De plus, en proposant aux internautes d'agrèger des contenus d'information en fonction de principes algorithmiques, l'offre du RSN entre en conflit avec l'activité d'édition jusque-là assumée par les médias. Finalement, le contrôle exercé sur certains contenus, justifié par l'existence de standards communautaires, peut être estimé problématique alors qu'il peut conduire à la mise à l'écart de certaines productions présentant pourtant un intérêt informationnel fort. La censure par le RSN de la photographie de Phan Thi Kim Phuc – la « petite fille

au napalm » – en 2016 est symptomatique de cette dérive. L'analyse par Brett Johnson et Kimberly Kelling d'articles de presse anglo-saxons traitant de ces thématiques montre que les journalistes adoptent une stratégie visant à reconnaître au RSN le statut de média d'information. Cette qualification, qui tranche avec le discours de l'entreprise qui se présente comme une entreprise technologique – un tuyau plus qu'un créateur de contenu ou un éditeur – n'est pas sans conséquence. Au contraire, elle permet de souligner l'ensemble des manquements reprochés à Facebook. Partant, elle contribue à tracer une ligne de démarcation franche entre l'endogroupe des journalistes – attachés aux *gatekeeping*, aux principes d'évaluation de l'importance des informations et de mise à l'agenda, et à la vérification de l'information – et Facebook qui ne se conforme pas à ces pratiques et valeurs professionnelles.

De son côté, Mark Coddington (2012) s'est intéressé au traitement de Wikileaks par la presse anglo-saxonne. Le site de Julian Assange occupe lui aussi une position d'associé-rival pour la presse de référence : s'il a fourni des informations permettant à un consortium international de révéler des informations jusque-là secrètes (Maignien, 2012), il s'est aussi réclamé de la pratique journalistique, et plus particulièrement du journalisme d'investigation (Jurgenson et Rey, 2014). Trois principes paradigmatiques du journalisme sont cependant outrepassés par le site spécialisé dans les fuites. Le premier est l'institutionnalisation, soit le partage par la profession de routines de travail, de valeurs et de normes éthiques conférant aux journalistes une identité commune, et surtout reconnue. Le second est le rapport aux sources, qui induit l'entretien de rapports normalisés avec les autorités administratives et politiques. Le troisième est l'objectivité, qui occupe une place particulièrement importante dans la conception anglo-saxonne du journalisme. L'analyse de Mark Coddington, qui porte sur le traitement de Wikileaks dans les articles du *New York Times* et du *Guardian* montre que le non-respect de ces principes a servi d'argument pour rejeter la qualification de média journalistique dont se réclamait alors le site de Julian Assange. Ceci est particulièrement flagrant dans le cas des articles du *New York Times*, quand cette mise à l'écart est moins prononcée dans les pages du *Guardian*. Le journal américain se réfère en effet à Wikileaks comme à une organisation déviante, caractérisée par le refus de se

conformer aux normes professionnelles telles que le passage par des sources officielles ou la prétention à l'objectivité.

Dans les pays scandinaves, où les médias critiques de l'immigration¹⁸⁷ sont nombreux, une analyse s'est concentrée sur la manière dont ces acteurs sont traités par les médias *mainstream* (Nygaard, 2020). Celle-ci montre que les mentions des médias d'extrême droite dans les journaux suédois, danois et norvégiens ne s'inscrivent pas dans une perspective validant leur capacité à traiter l'information d'actualité. Ces acteurs sont plus souvent les sujets des articles qui les mentionnent qu'ils ne constituent des sources d'information pour les médias conventionnels. Les articles issus de la presse *mainstream* tendent en outre à formuler des évaluations relatives à la qualité des informations produites par les contre-médias : à l'exception du Danemark où les appréciations sont relativement équilibrées, ces évaluations sont plutôt négatives. Deux éléments sont invoqués dans les écrits des journalistes pour justifier un tel jugement : le positionnement idéologique des sites, ainsi que leur non-respect des normes éthiques revendiquées par la profession.

À la lecture de ces articles, plusieurs questions s'imposent. La première concerne la reconnaissance par les journalistes *mainstream* du statut de médias d'information aux contre-médias de réinformation. Afin de le déterminer, je prête attention à deux dimensions. Le vocabulaire employé pour s'y référer, ainsi que pour renvoyer aux médiactivistes qui y produisent des articles et des contenus audiovisuels, doit tout d'abord être étudié. Dans un second temps, la possibilité pour les contre-médias de devenir des sources et de participer au jeu de mise à l'agenda des médias *mainstream*, dans une logique similaire à celle développée par Silje Nygaard dans sa prise en compte de l'*intermedia agenda setting* (2020), nécessite elle aussi d'être prise en compte. De ces constats découle une seconde interrogation : dans le cas où les journalistes refuseraient de considérer les contre-médias comme leurs pairs en les qualifiant de médias d'actualité à part entière, quelles sont les motivations invoquées pour mettre à l'écart ces acteurs ? Est-ce leur positionnement idéologique qui participe à leur discrédit, ou plutôt leur non-respect des normes et de l'éthique qui régissent l'activité journalistique ?

¹⁸⁷ Cette appellation est privilégiée dans la littérature nordique portant sur les contre-médias suédois, norvégiens, finlandais et danois d'extrême droite, du fait de leur focalisation sur la thématique migratoire.

4.3. Un corpus de presse pour observer le *boundary-work*

Afin d'apporter des éléments de réponses à ces questions, j'ai constitué un corpus d'articles de presse dans lesquels les journalistes mentionnent le phénomène représenté par le développement en ligne du médiactivisme de réinformation. Pour ce faire, j'ai retenu trois quotidiens jouant un rôle central dans l'écosystème de la presse en France, et réputés représenter différentes tendances politiques et éditoriales : *Le Figaro* (droite), *Le Monde* (centre-gauche) et *Libération* (gauche). Le corpus a été construit *via* Europresse¹⁸⁸, sur une base sémantique, en cherchant l'ensemble des articles qui, entre le 1^{er} janvier 2003 – année de la publication en ligne de la première version de la « Tyrannie médiatique » (Chapitre 1) – et le 31 décembre 2021, mentionnaient le terme « réinformation ». Ont été aussi bien inclus dans la collecte les articles issus des publications imprimées des trois titres que ceux issus de leurs sites Internet. Les blogs du *Monde* ou les espaces d'opinion du *Figaro* (« FigaroVox ») n'ont cependant pas été compris dans l'analyse et je n'ai donc retenu que les espaces dépendant directement des rédactions des trois titres de presse. De plus, une première lecture des résultats ayant révélé l'emploi d'expressions connexes à celle de « réinformation », le corpus a été enrichi par l'ajout d'articles mentionnant des termes proches, commençant par le préfixe réinfo- (« réinformer », « réinformé.s », « réinfosphère »).

Ainsi constitué, le corpus primaire sur lequel s'appuie l'analyse compte 158 articles, majoritairement écrits par le quotidien de gauche *Libération* (n=81). Le quotidien de référence, *Le Monde* a produit 56 articles comprenant ces expressions sur la période, quand le Figaro a lui eu une production plus restreinte (n=22). La prise en compte de la distribution des articles à travers les années (Figure 9) révèle par ailleurs qu'aucun article ne comprenant ces trois expressions n'a été publié par les trois titres entre le 1^{er} janvier 2003 et octobre 2007. Ainsi, le premier article du corpus primaire a été publié le 24 octobre 2007 par *Le Monde*. La distribution des articles sur la période montre une concentration des textes comprenant les termes

¹⁸⁸ Le mode de constitution du corpus exclut donc les circulations de ces articles dans différents espaces (RSN, plateformes d'information, *etc.*), conformément aux logiques exposées par Julia Cagé, Nicolas Hervé et Marie Luce Viaud (2017). Ce choix résulte de l'ambition du chapitre : étudier la manière dont les journalistes défendent leur territoire professionnel face aux critiques issues de l'extrême droite.

« réinformation », « réinformer », « réinformés.s » et « réinfosphère » sur les cinq dernières années (2016-2021). Les articles produits sur cette courte période représentent en effet 85% du total. Il convient ainsi de noter que ce n'est pas tant le contexte de la « Manif pour tous » – pourtant riche en mobilisations informationnelles à la droite et à l'extrême droite – qui semble avoir motivé l'essentiel des productions journalistiques consacrées au phénomène. La distribution des articles invite plutôt à penser l'influence d'évènements politiques majeurs, le vote britannique en faveur du Brexit, et la campagne de Donald Trump comme les éléments ayant invité les journalistes à se pencher sur les mobilisations informationnelles de droite et d'extrême droite, notamment au prisme des *fake news* (Vauchez, 2022). La publication en 2016 de l'ouvrage de Dominique Albertini et David Doucet, *La fachosphère*, peut elle-même avoir eu un effet, en facilitant l'identification des acteurs de ce territoire pour les journalistes.

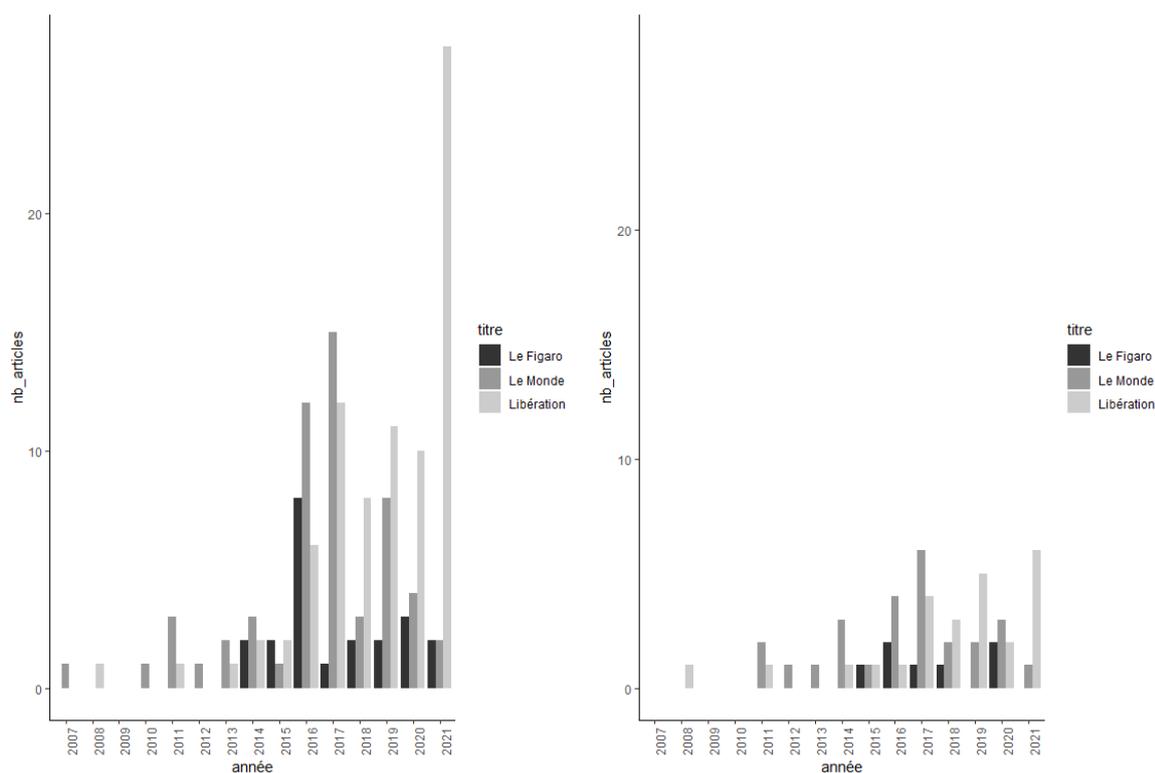


Figure 9 : Distribution des articles par titre et par année au cours de la recherche sémantique (à gauche) et dans le corpus (à droite)

Face à ce corpus, et après une première lecture, j'ai fait le choix de n'étudier que les articles que j'estimais être les plus pertinents, soit ceux qui dépassaient la seule mention des termes pour consacrer quelques lignes au phénomène, ou qui mettaient la « réinformation » au cœur du propos. Partant, l'échantillon analysé comprend 58

articles (Annexe 9) : 26 produits par la rédaction du *Monde*, 25 par celle de *Libération* et 7 par celle du *Figaro*. J'ai par ailleurs réalisé que ce mode de constitution du corpus – reposant sur une recherche sémantique portant sur le phénomène, et non sur des noms de contre-médias comme l'a fait Silje Nygaard (2020) – présente plusieurs avantages. En effet, il permet de prendre compte d'articles mentionnant de manière surplombante le développement des contre-médias de réinformation, et qui proposent des définitions générales du phénomène¹⁸⁹. Dans le même temps, il permet d'identifier les contre-médias qui sont, aux yeux des journalistes, les exemples paradigmatiques du médiactivisme d'extrême droite en France. Afin de le déterminer, j'ai recensé pour chaque article les références à des contre-médias. Neuf des articles seulement ne mentionnent pas les acteurs que j'ai identifiés au cours du travail de délimitation du territoire médiactiviste (Chapitre 2). Les plus fréquemment mentionnés sont FdeSouche (mentionné dans 13 articles du corpus), TV Libertés (12 articles) et Riposte laïque (11 articles).

4.4. Le journaliste et la réinformation : qualification et disqualification

4.4.1. « Réinformation », une qualification mise à distance

Une première consultation du corpus révèle l'adoption d'un même dispositif typographique dans la majorité des articles. Pour renvoyer aux productions médiactivistes, les journalistes emploient en effet très souvent des guillemets, appelés à encadrer la qualification dont se revendiquent les contre-médias. Ce recours aux guillemets est parfois – mais plus rarement – secondé par l'emploi d'une police italique¹⁹⁰. Ces deux dispositifs typographiques poursuivent un objectif :

¹⁸⁹ William Audureau et Corentin Lamy, « Petit guide pour comprendre le langage des trolls d'extrême droite », *Le Monde*, 2 avril 2017. URL : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/04/02/petit-guide-pour-comprendre-le-langage-des-trolls-d-extreme-droite_5104597_4408996.html. Julien Licourt, « Petit lexique de la fausse information », *Le Figaro*, 8 janvier 2018. URL : <https://www.lefigaro.fr/actualite-france/2018/01/08/01016-20180108ARTFIG00273-petit-lexique-de-la-fausse-information.php>. Libération, « Les mots du national-populisme », *Libération*, 27 octobre 2018, page 2 et suivantes

¹⁹⁰ Je reproduis dans ce chapitre les choix typographiques réalisés par les journalistes quand je les cite. Les citations sont donc en italiques, ou non, en fonction de la casse originelle employée.

mettre à distance (Mouillaud, 1996) les énoncés « réinformation », « réinformer », « réinformé.s », et « réinfosphère ». Je me concentre dans les développements suivants sur l'emploi des guillemets. Ceux-ci permettent aux journalistes de « [bloquer] l'interprétation littérale de l'élément qu'ils entourent, sans fournir d'autre indication que cette rupture : signalant que l'élément guillemeté “ne va pas de soi” » (Rinck, Grossmann *et al.*, 2013). L'interprétation de cette rupture est à la charge du lecteur, et ce dernier peut y voir le signe d'une citation, d'une dénomination – à travers laquelle le journaliste introduit une étiquette nominative –, ou d'une modalisation. Dans ce dernier cas de figure, le journaliste, en encadrant une expression, marque une distance avec celle-ci et souhaite se distinguer de ceux l'employant sans recul critique. Ces fonctions ne sont par ailleurs en aucun cas exclusives, et elles peuvent donc être combinées dans un même énoncé.

Dans le corpus, on retrouve de fait ces trois formes de rupture. La configuration la plus commune est sans doute celle correspondant à la dénomination, consistant à faire figurer entre guillemets une expression relativement peu commune et conséquemment absente d'une grande partie des discours ordinaires. Les guillemets servent alors à indiquer au lecteur non familier de ces termes qu'ils sont des expressions dont se revendiquent certains acteurs. Dans le même temps, les citations sont aussi présentes dans le corpus. Il s'agit alors de reproduire les autodescriptions des contre-médias (« “*blog de réinformation sur l'actualité économique et financière (et autre !)*”¹⁹¹ » ; « “*média indépendant de réinformation*”¹⁹² ») ou des discours glanés par les journalistes (« le “paysage audiovisuel de la réinformation” comme l'appellent certains¹⁹³ »). Finalement, certaines des occurrences laissent apparaître une volonté de modalisation, qu'elle soit implicite – comme dans les exemples précédents qui mettent deux fois à distance les énoncés en employant à la

¹⁹¹ Elsa de la Roche Saint André, « La mortalité des pilotes de ligne américains a-t-elle progressé de 1750% à cause des vaccins anti-Covid ? », *Libération*, 24 décembre 2021. URL : https://www.liberation.fr/checknews/la-mortalite-des-pilotes-de-ligne-americains-a-t-elle-progresse-de-1750-a-cause-des-vaccins-anti-covid-20211224_U5PRTL4SMJHW3BPVYRR5KMXE6A/.

¹⁹² Abel Mestre, « Quand l'extrême droite identitaire bretonne en pince pour l'Ovalie », *Le Monde*, 08 septembre 2016. URL : https://www.lemonde.fr/politique/article/2016/09/08/quand-l-extreme-droite-identitaire-bretonne-en-pince-pour-l-ovalie_5992898_823448.html.

¹⁹³ Alexandre Piquart et Olivier Faye, « Raciste déclaré, le président de Radio Courtoisie, Henry de Lesquen, est prié de démissionner », *Le Monde*, 04 juillet 2016. URL : https://www.lemonde.fr/politique/article/2016/07/02/raciste-declare-le-president-de-radio-courtoisie-henry-de-lesquen-est-prie-de-demissionner_4962459_823448.html.

fois les guillemets et la police italique – ou explicite (« plusieurs sites prétendent de “réinformation¹⁹⁴” »).

Il est évidemment complexe d'évaluer pour chaque occurrence l'intention ayant présidé au choix d'encadrer l'expression. Il apparaît cependant important de souligner qu'un tel emploi des guillemets – *a fortiori* quand l'italique est employé – n'a pas pour objet de mettre à l'écart les seules expressions « réinformation », « réinformer », « réinformé.s » et « réinfosphère ». Il s'agit aussi et surtout de mettre à distance la dimension normative qui leur est sous-jacente : les médias *mainstream* mentent sciemment et des sites et blogs d'extrême droite forment un ensemble de forces correctrices en ligne appelées à rétablir une vérité éludée. Ainsi les guillemets permettent-ils de suggérer le caractère étranger à la profession journalistique du groupe formé par les médiactivistes d'extrême droite. Ils constituent les premiers indices du travail de délimitation entrepris par les acteurs travaillant pour les médias conventionnels et que la suite de l'analyse va éclairer.

4.4.2. La réinformation à l'épreuve des fact-checkeurs

À la lecture de l'ensemble des articles du corpus primaire, j'ai constaté que plus du quart des articles du *Monde* provenait de sa rubrique de *fact-checking* (26.8% des articles sont issus des « Décodeurs »). Tout comme un cinquième de ceux proposés par *Libération* sur le sujet de la réinformation relève du *fact-checking* : 19.75% des articles sont en effet rédigés par les équipes de « Checknews ». La prégnance des productions de ces cellules spécialisées est plus forte encore dans le corpus restreint sur lequel se concentre l'analyse (Tableau 12). Les articles des « Décodeurs » représentent ainsi plus de 40% du total des articles du *Monde* soumis à l'analyse. Ceux de « Checknews » comptent pour plus d'un quart des articles de *Libération* dans le corpus. Ce rubricage des articles, tel qu'il est opéré par les journalistes, n'est pas neutre. Aussi, il convient d'en interroger la signification, la fonction et la portée.

¹⁹⁴ Jacques Pezet, « D'où sort cette carte des “églises brûlées” en France au cours des quatre dernières années ? », *Libération*, 20 avril 2016. URL : https://www.liberation.fr/checknews/2019/04/23/d-ou-sort-cette-carte-des-eglises-brulees-en-france-au-cours-des-quatre-dernieres-annees_1722746/.

	Volume d'articles dans le corpus	Soit %
Décodeurs	11	42%
Checknews	7	28%

Tableau 12 : Volume et part des articles issus des cellules de fact-checking dans le corpus pour Le Monde et Libération

Comme des travaux récents l'ont souligné, le *fact-checking*, tel qu'il s'est développé au cours des dernières années, consiste en un travail visant à mettre des déclarations publiques à l'épreuve de faits et de données objectivables, permettant de juger de leur véracité et de leur exactitude (Amazeen, 2015 ; Bigot, 2017b, 2017a, 2018 ; Vauchez, 2019). Initié en France afin de procéder à la vérification des propos de certaines autorités – notamment politiques – ce segment congru de l'activité journalistique a connu un essor à compter du début des années 2010 (Bigot, 2019), période à laquelle se sont multipliées les initiatives de ce type dans la presse et dans l'audiovisuel. Progressivement cependant, les cellules spécialisées créées au sein des rédactions n'ont plus eu pour seul objet de passer au crible les déclarations des autorités et des politiques, et elles ont pris compte des informations mises en circulation en ligne. Ce faisant, la pratique s'est imposée « comme le cheval de Troie de la parole journalistique dans les espaces qu'elle ne contrôle pas, en venant y rectifier les affirmations mensongères, exagérées ou satiriques auprès de publics considérés comme trop naïfs » (Joux et Sebbah, 2020). C'est effectivement la fonction que viennent remplir plusieurs des articles produits par ces cellules, affichant parfois dès le titre le correctif qu'ils souhaitent apporter, comme l'illustre le premier des deux exemples ci-dessous.

« Non, Joe Biden n'a pas admis que les démocrates ont établi "le plus grand système de fraude" »¹⁹⁵ »

« Covid-19 : est-il vrai que les départements les "plus vaccinés" ne connaissent pas moins de cas que les autres ? »¹⁹⁶ »

¹⁹⁵ Le Monde, « Non, Joe Biden n'a pas admis que les démocrates ont établi "le plus grand système de fraude" », *Le Monde*, 6 novembre 2020. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2020/11/06/non-joe-biden-n-a-pas-admis-que-les-democrates-ont-etabli-le-plus-grand-systeme-de-fraude_6058805_4355770.html.

¹⁹⁶ Luc Peillon, « Covid-19 : est-il vrai que les départements les "plus vaccinés" ne connaissent pas moins de cas que les autres », *Libération*, 2 décembre 2021. URL : https://www.liberation.fr/checknews/covid-19-est-il-vrai-que-les-departements-les-plus-vaccines-ne-connaissent-pas-moins-de-cas-que-les-autres-20211202_5OWWPVKKHRB4JD2U3EWDB2MTOY/.

Dans le premier cas, il est reproché à plusieurs sites Internet – parmi lesquels le contre-média *Dreuz Info* – de ne pas avoir cherché à contextualiser des déclarations de Joe Biden. Ce faisant, les propos de l’actuel président des États-Unis auraient été déformés, aboutissant à lui faire dire l’inverse de ce qu’il déclarait en réalité : « ce qu’il décrit n’est donc pas un système de fraude, mais au contraire un système de lutte contre la fraude électorale que l’ancien vice-président attribue à son adversaire¹⁹⁷ ». Dans le second cas le « site de “réinformation” sur la pandémie de Covid-19 », *Réinfo-Covid* aurait proposé une analyse « basée sur des chiffres biaisés », en « [comparant] deux données qui ne sont pas basées sur le même périmètre ». Face à la représentation graphique des données erronée produite par le site Réinfo Covid, les journalistes de Checknews en proposent une nouvelle mise en forme, permettant de souligner que la tendance prétendument observée était en réalité fautive. Ces deux exemples illustrent ainsi la fonction de rectification adoptée par le *fact-checking*, et parfois dirigée vers des contenus proposés par les contre-médias.

Cette activité est en principe limitée à la vérification et la certification d’informations précises, comme dans le cas des deux exemples susmentionnés. Une assertion paraît contestable, et il s’agit pour les journalistes spécialisés de la confirmer, de l’infirmier ou de la réfuter. La tâche est donc circonscrite et il n’est en principe pas question de tirer des conclusions relatives à la qualité des sources (Jaubert et Rivron, 2021). En d’autres termes, il s’agit de reconnaître aussi bien la justesse de l’information d’une source d’ordinaire peu fiable que l’erreur d’une source pourtant réputée pour sa fiabilité. L’exemple du Décodex mis en place par *Le Monde* illustre cependant le fait que les *fact-checkeurs* peuvent parfois dépasser cette prérogative. En souhaitant développer un projet contribuant à l’éducation aux médias, les Décodeurs ont en effet mis en ligne un « outil de signalisation des sources problématiques » (Joux et Sebbah, 2020, p. 31). Deux articles du corpus, écrits par les Décodeurs, renvoient justement par un lien hypertexte au Décodex, afin de qualifier des sites de réinformation (*Riposte Laïque*, *Le Salon Beige*, *Dreuz*

¹⁹⁷ Le Monde, « Non, Joe Biden n’a pas admis que les démocrates ont établi “le plus grand système de fraude” », *Le Monde*, 6 novembre 2020. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2020/11/06/non-joe-biden-n-a-pas-admis-que-les-democrates-ont-etabli-le-plus-grand-systeme-de-fraude_6058805_4355770.html.

Infos). Tous les trois sont classés comme non fiables, et le commentaire générique suivant est alors apposé à leur description :

« Ce site diffuse un nombre significatif de fausses informations et/ou d'articles trompeurs. Restez vigilant et croisez avec d'autres sources plus fiables. Si possible, remontez à l'origine de l'information ».

Un tel commentaire a évidemment pour objet de remettre en question la légitimité dont se réclament ces trois sites. On retrouve de la même manière dans le corpus des articles issus de cellules de *fact-checking* et ayant pour sujet la qualité des informations proposées par deux contre-médias : *Le Média pour tous*¹⁹⁸ et *Sunrise*¹⁹⁹. Le long article relatif au *Média pour Tous* a ainsi pour objet de présenter plusieurs éléments permettant de contextualiser son activité éditoriale. Les sympathies présentes et passées du fondateur du site (le médiactiviste Alain Soral, le négationniste Robert Faurisson, l'humoriste Dieudonné, *etc.*) sont précisées, ainsi que les modalités de financement qu'il privilégie. De même qu'est notée la difficulté à identifier l'ensemble des personnes travaillant pour le site – à l'exception de son créateur et principal animateur – celles-ci employant le plus souvent des pseudonymes. Par-delà ces éléments, les erreurs et approximations passées du contre-média sont soulignées, permettant de suggérer sa faible fiabilité. La journaliste de *Libération* insiste ainsi sur le « lot d'informations fausses ou erronées » proposé par le contre-média pendant la crise sanitaire, ou le relai de fausses informations relatives à la guerre syrienne. Plusieurs passages ont finalement pour objet d'associer la production du *Média pour Tous* au complotisme :

« Déjà, dans une interview accordée à Breizh Info – site d'extrême droite qui couvre principalement l'actualité bretonne et promeut des intox, notamment sur la pandémie de Covid-19 – en septembre 2018, en plein développement du Média pour tous, son fondateur tenait un discours typique du conspirationnisme, évoquant “le système,” qui “veut nous désinformer, nous influencer ou nous cacher certaines choses”. Idem dans les articles de la rubrique “Chronique du Gaulois réfractaire”, sorte de plaidoyer en soutien des gilets jaunes en dix épisodes, qui reprennent les termes de “régime autoritaire entretenu par la peur”, “gardiens de la pensée dominante”, “caste” ou encore “intérêts supérieurs inaccessibles au commun des mortels”. Une façon d'alimenter

¹⁹⁸ Elsa de la Roche Saint-André, « “Le Média pour tous” : que sait-on de ce “site de réinformation” », *Libération*, 18 juin 2021. URL : https://www.liberation.fr/checknews/le-media-pour-tous-que-sait-on-sur-ce-site-de-reinformation-20210618_GLDOTJRZ75H2FJMPLRUCHDXSAE/.

¹⁹⁹ Jacques Pezet, « Qui se cache derrière le nouveau media d'extrême droite Sunrise ? », *Libération*, 1^{er} juillet 2019. URL : https://www.liberation.fr/checknews/2019/07/01/qui-se-cache-derriere-le-nouveau-media-d-extreme-droite-sunrise_1736556/.

l'idée selon laquelle le monde, et donc la France, serait gouverné par d'obscures forces imposant leurs idées par la terreur²⁰⁰ ».

De la même manière, l'article, plus court, consacré à *Sunrise* – une initiative diffusant des vidéos sur YouTube, et inactive au moment de la constitution de ma base de sites et blogs – insiste sur la difficile identification des individus œuvrant pour ce contre-média, et sur la proximité de son seul animateur identifié avec l'extrême droite identitaire. Cette orientation politique est de plus soulignée par la mention des thèmes couverts dans les contenus proposés par *Sunrise*.

« [Les vidéos] reprennent les codes visuels du média Brut, avec du texte sur des images et une musique en fond sonore, pour traiter des sujets chers à l'extrême droite : "l'africanisation" et "l'islamisation de la France", la théorie du "grand remplacement", le jihad, "la chasse aux fermiers blancs" en Afrique du Sud, les dégradations d'églises ou des interviews avec l'essayiste Laurent Obertone et le youtubeur Papacito²⁰¹ ».

Aussi, les articles rédigés par les cellules de *fact-checking* du *Monde* et de *Libération* et mentionnant les contre-médias de réinformation s'inscrivent-ils dans deux logiques. Il s'agit tout d'abord de rectifier – ou du moins d'amender – certaines assertions publiées ou relayées par les médiactivistes. Les deux exemples sélectionnés aboutissent à des réfutations. La déclaration relayée est tronquée et décontextualisée dans le premier article et les données employées dans le cadre de la démonstration ne sont pas adaptées dans le second. Il peut aussi être question de qualifier les contre-médias, en dépassant le rôle normalement circonscrit qu'est celui du *fact-checking* puisqu'il s'agit alors – explicitement ou implicitement – de formuler un jugement relatif à leur fiabilité. Dans le cas de l'article relatif au *Media pour Tous* un jugement est expressément formulé quant à la qualité des informations d'ordinaire données par le site. Son implication dans le relai de nouvelles fausses et erronées est en effet soulignée par la journaliste. Dans le cas du contre-média *Sunrise*, aucun verdict de ce type n'est explicitement délivré, quand bien même l'article qui lui est consacré insiste sur l'appétence de ses animateurs pour des sujets

²⁰⁰ Elsa de la Roche Saint-André, « "Le Média pour tous" : que sait-on de ce "site de réinformation" », *Libération*, 18 juin 2021. URL : https://www.liberation.fr/checknews/le-media-pour-tous-que-sait-on-sur-ce-site-de-reinformation-20210618_GLDQJZRZ75H2FJMPLRUCHDXSAE/.

²⁰¹ Jacques Pezet, "Qui se cache derrière le nouveau media d'extrême droite Sunrise ? ", *Libération*, 1^{er} juillet 2019. URL : https://www.liberation.fr/checknews/2019/07/01/qui-se-cache-derriere-le-nouveau-media-d-extreme-droite-sunrise_1736556/.

clairement marqués d'un point de vue idéologique : « africanisation » et « islamisation » de la France, « théorie du “Grand remplacement” », *etc.*

Deux procédés apparaissent dès la consultation du corpus comme les marqueurs du travail de délimitation mis en place par les journalistes. Ces derniers encadrent généralement l'expression « réinformation », de même que ses variations, par des guillemets. Ceux-ci permettent de mettre à distance ces énoncés, ainsi que les représentations qui leur sont sous-jacentes. Le classement des articles traitant du phénomène de la réinformation dans les rubriques de *fact-checking*, chez *Le Monde* et *Libération* répond aussi à deux logiques : l'évaluation des informations fournies par les médiactivistes de réinformation et la certification de la fiabilité des sites. Dans les deux cas, les articles montrent que les appréciations sont plus souvent négatives que positives. Une lecture prêtant une attention particulière au discours métajournalistique (Carlson, 2016) permet d'observer que les articles consacrés au phénomène permettent de (ré)affirmer les valeurs du groupe professionnel.

4.5. Valeurs professionnelles et maintien de la frontière

4.5.1. Enjeux définitionnels : qualification et disqualification

4.5.1.1 Des définitions souvent normatives

Plusieurs des articles du corpus proposent des définitions – plus ou moins étayées et précises – permettant aux lecteurs d'appréhender le phénomène de la réinformation. Ces définitions sont l'occasion d'associer certaines propriétés aux acteurs se revendiquant de ce principe. Elles oscillent entre deux pôles. Le premier est descriptif : il s'agit de reconnaître l'ancrage extrême droitier des médiactivistes, et de retracer les origines de l'expression. À ce titre, les inspirations théoriques qui ont permis son développement, telle que la référence à Gramsci dans les textes de la Nouvelle droite (Chapitre 1), sont parfois rappelées.

« Précisons au passage que le terme de “réinformation” est un concept né et popularisé par l’extrême droite, par opposition aux médias plus traditionnels²⁰² »

« un terme utilisé de longue date à l’extrême droite pour discréditer les médias traditionnels, dont le message serait nécessairement biaisé²⁰³ »

« Prônant un “gramscisme de droite” – du nom du philosophe marxiste italien Antonio Gramsci, qui a conceptualisé la notion d’hégémonie culturelle, ces intellectuels veulent mener une contre-offensive face à la domination de la gauche dans le champ des idées. C’est ce qu’ils appellent la “réinformation”²⁰⁴ ».

Le second pôle est marqué par un discours normatif, qui associe les contre-médias de réinformation à des déviations informationnelles. Par cette expression, je renvoie à « un ensemble très hétérogène d’opérations critiques, d’adhésions idéologiques aux intensités variables, qui appuient ou relaient des contre-récits politiques ou scientifiques variés, dont le dénominateur commun minimal réside dans les processus de disqualification publique dont ils font l’objet » (Boullier, Kotras *et al.*, 2021, p. 10). De tels processus apparaissent en effet clairement à travers l’emploi de plusieurs termes permettant de renvoyer à l’action des médiactivistes (« déstabilisation », « propagande », « rumeurs », « intox », « fausses informations », *etc.*). Ainsi, dans l’approche développée ci-dessous par un journaliste du *Figaro*, la réinformation est un phénomène devant être appréhendé à l’aune des débats contemporains relatifs aux *fake news*. Animés par des objectifs idéologiques, les animateurs des contre-médias n’hésiteraient pas à tordre les faits pour les accorder à leur narration de l’actualité. L’ancrage à l’extrême droite constituerait alors un trait relativement commun, mais pas un critère définitoire permettant de circonscrire le phénomène.

« Proches des sites diffusant des fake-news par idéologie, on trouve les sites dits de “réinformation”. Ils entendent informer de nouveau une population qui le serait mal de la part des médias traditionnels. Dans les faits, il s’agit souvent de présenter des informations avec un certain biais idéologique, voire d’en inventer de nouvelles pour arriver à leurs fins.

²⁰² Fabien Leboucq et Anaïs Condomines, « Qu’est-ce que Réinfo Covid, ce collectif qui veut “résister” face à la gestion de l’épidémie par le gouvernement ? », *Libération*, 19 novembre 2020. URL : https://www.liberation.fr/checknews/2020/11/19/qu-est-ce-que-reinfo-covid-ce-collectif-qui-veut-resister-face-a-la-gestion-de-l-epidemie-par-le-gou_1805823/.

²⁰³ Olivier Faye, « Quand un membre de LR anime une télé de “réinformation” », *Le Monde*, 8 février 2018, page 10.

²⁰⁴ Abel Mestre et Lucie Soullier, « La politique à l’ère du clash permanent sur les plateaux télé », *Le Monde*, 12 septembre 2020, [supplément Eco], page 15.

De nombreux sites de “réinformation” gravitent dans les sphères d'influence d'extrême droite ou révisionnistes²⁰⁵ ».

Les définitions proposées dans la grande majorité des articles vont ainsi combiner ces deux approches : par-delà le positionnement idéologique des acteurs, c'est leur rapport aux faits qui est mis en avant et dénoncé. Dans un lexique publié par *Libération* et consacré aux « mots du national-populisme », la réinformation est ainsi présentée comme une stratégie visant à créer des contre-médias opposés à la « pensée dominante » omniprésente chez les médias *mainstream*. En cela, les propos restituent l'ambition des médiactivistes – quand bien même l'emploi des guillemets marque une distance avec les idées exprimées, comme précédemment évoqué. Dans le même temps, la définition proposée s'achève sur une conception extrêmement normative, rompant avec les ambitions affichées par les acteurs de la réinformation : les contre-médias produiraient et diffuseraient de « l'info bidon en masse ».

« L'objectif “face au formatage de la pensée dominante”. D'un côté, les médias traditionnels sont présentés comme des manipulateurs qui “désinforment”. De l'autre, on fait des sites de “réinformation” alternatifs pour diffuser de l'info bidon en masse²⁰⁶ ».

On retrouve ce registre hautement normatif et dépréciatif dans plusieurs articles. Pour les journalistes, la réinformation réunit un ensemble d'acteurs biaisés, manipulant plus l'information qu'ils ne la restitueraient.

« [des] sites militants peu préoccupés par l'authenticité des informations qu'ils diffusent²⁰⁷ ».

« Du côté des acteurs politiques, que ce soient Égalité et Réconciliation (près de 20 millions de pages vues par mois), Fdesouche (8,3 millions), Boulevard Voltaire (5 millions), Riposte laïque (3 millions) ou bien d'autres, l'objectif est évidemment de peser sur le “combat culturel”, cette “métapolitique” que portait le Groupement de recherche et d'études pour la civilisation européenne. Cette fachosphère (qui préférerait l'appellation “réinfosphère” et cherche maintenant à se faire appeler “presse alternative”) manipule l'information pour imposer son constat d'une France qui serait menacée de disparition sous les coups de boutoir de musulmans, présentés dans leur ensemble comme “colonisateurs”, d'un pouvoir en place dictatorial à la solde des juifs ou d'une guerre civile (pardon, “de civilisation”) inéluctable. Des discours de haine dont

²⁰⁵ Julien Licourt, « Petit lexique de la fausse information », *Le Figaro*, 8 janvier 2018. URL : <https://www.lefigaro.fr/actualite-france/2018/01/08/01016-20180108ARTFIG00273-petit-lexique-de-la-fausse-information.php>.

²⁰⁶ *Libération*, « Les mots du national-populisme », *Libération*, 27 octobre 2018, page 2 et suivantes.

²⁰⁷ Adrien Sénecat, « Comment des sites militants ont diffusé un faux témoignage sur la “propagande islamique” », *Le Monde*, 2 mai 2018. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/05/02/comment-des-sites-militants-ont-diffuse-un-faux-temoignage-sur-la-propagande-islamique_5293503_4355770.html.

le mécanisme consiste à instrumentaliser le moindre fait ou à présenter comme des vérités les déclarations venues de leur camp²⁰⁸ ».
« Sur le plan idéologique, la campagne se fait déjà plus que jamais sous la pression d'une "fachosphère" entièrement dévouée à Marine Le Pen sur les réseaux sociaux, nourrie par des contenus de désinformation – ce qu'ils appellent "réinformation" – plus viraux que la moyenne²⁰⁹ ».

Ces trois extraits d'articles permettent de souligner que les définitions de la réinformation proposées par les journalistes permettent de cristalliser les traits reprochés aux contre-médias. Ceux-ci vont justement être à la base du travail de délimitation, permettant de mettre en avant le non-respect de principes cardinaux de l'activité journalistique. Sont ainsi mises en avant l'absence de souci pour la véracité et l'exactitude des informations diffusées (« manipule l'information pour imposer son constat ») et la confusion que ces acteurs opéreraient entre faits et opinions (« présenter comme des vérités les déclarations venues de leur camp »). Ces différentes définitions mettent par ailleurs l'accent sur un trait réputé commun aux contre-médias : leur caractère militant.

4.5.1.2. Des acteurs militants

Une variété d'articles insiste donc sur le caractère militant des contre-médias, engagés dans la promotion d'idées d'extrême droite²¹⁰. Les attaques dirigées vers des acteurs politiques n'appartenant pas à l'extrême droite, dont les journalistes font état²¹¹, peuvent à ce titre être entendues comme les indices de ce caractère militant. L'ensemble ainsi formé par les initiatives médiactivistes est donc présenté comme

²⁰⁸ Maxime Macé et Pierre Plottu, « “Désinfosphère” : Internet dans le facho business », *Libération*, 18 octobre 2021. URL : https://www.liberation.fr/politique/desinfosphere-Internet-dans-le-facho-business-20211018_UJSS652QE5BYFANT4LJGFZRZUA/.

²⁰⁹ Laure Bretton et Jonathan Bouchet-Petersen, « 2017 : le big bazar », *Libération*, 13 février 2017, page 2.

²¹⁰ Jacques Pezet, « Qui se cache derrière le nouveau media d'extrême droite Sunrise ? », *Libération*, 1^{er} juillet 2019. URL : https://www.liberation.fr/checknews/2019/07/01/qui-se-cache-derriere-le-nouveau-media-d-extreme-droite-sunrise_1736556/.

²¹¹ Adrien Sénécat, « Comment des sites d'extrême droite fabriquent un récit “alternatif” de la présidentielle », *Le Monde*, 3 avril 2017. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/04/03/comment-des-sites-d-extreme-droite-fabriquent-un-recit-alternatif-de-la-presidentielle_5105207_4355770.html. Samuel Laurent et Adrien Sénécat, « Présidentielle 2017 : une campagne plombée par les rumeurs, les intox et les fausses informations », *Le Monde*, 5 mai 2017. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/05/05/une-campagne-plombee-par-les-rumeurs-et-les-fausses-informations_5122623_4355770.html. Elsa de la Roche Saint-André, « “Le Média pour tous” : que sait-on de ce “site de réinformation” », *Libération*, 18 juin 2021. URL : https://www.liberation.fr/checknews/le-media-pour-tous-que-sait-on-sur-ce-site-de-reinformation-20210618_GLDQJZR75H2FJMPLRUCHDXSAE/. Adrien Sénécat, « Emmanuel Macron, première victime des intox pendant la campagne présidentielle », *Le Monde*, 4 mai 2017. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/05/04/emmanuel-macron-premiere-victime-des-intox-pendant-la-campagne-presidentielle_5122337_4355770.html. De fait, certains des acteurs de mon corpus ont effectivement été impliqués dans des campagnes négatives dans le cadre des élections présidentielles de 2017, ainsi que des primaires de la droite (Theviot, 2020).

une force politique se mobilisant en ligne autour de causes ponctuelles, ou plus durablement autour de valeurs partagées²¹².

« Ils se disent “français de souche”, invoquent la “résistance au Grand Remplacement” ou plus généralement à l’Islam et à l’immigration. Sans être forcément encartés ou militants d’un parti, ils sont actifs sur Internet pour exprimer leurs idées, que ce soit sur les réseaux sociaux ou sur des sites “d’information alternative”, qui forment ce qu’ils appellent la “réinfosphère”²¹³ »

La mise en exergue du caractère militant des contre-médias permet de disqualifier les médiactivistes, en insistant sur leur incapacité à se conformer aux attentes attachées à l’exercice du journalisme. L’affirmation d’une différence déontologique et méthodologique forte distinguant le monde de la réinformation de celui du journalisme transparait ainsi dans le numéro de *Libération* publié le 13 mars 2017. À cette date, un article de taille conséquente – s’appuyant sur une analyse conduite par l’entreprise Linkfluence – est consacré au rôle qu’occupe Facebook dans la dissémination des informations. Le constat apporté est alors le suivant : les contenus produits par les entreprises de presse conventionnelles bénéficient d’une exposition moindre que ceux mis en ligne par des acteurs engagés, et notamment ceux de la « fachosphère », qui parviennent à exercer un « impact énorme ». La présentation du journaliste a alors pour objet de distinguer les valeurs antagonistes, et incompatibles, sur lesquelles s’appuie chacun des deux groupes. Les acteurs non conventionnels de l’information – parmi lesquels les contre-médias de réinformation – sont ainsi décrits comme militants, engagés et ayant développé un goût très prononcé pour la polémique. Leurs productions sont alors distinctes de celles des journalistes, qui sont, elles, caractérisées par une « exigence de neutralité et d’équilibre ». Le même article, dans un paragraphe spécifiquement consacré aux médias de réinformation oppose de la même manière les « deux hebdomadaires de droite » (*Valeurs Actuelles* et *Le Point*), installés dans le paysage médiatique, et des contre-médias tels que *TV Libertés* ou *FdeSouche*. Le vocabulaire employé pour les décrire permet là aussi de

²¹² Samuel Laurent, « Migrants : la guerre des images », *Le Monde*, 4 septembre 2015. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/09/04/migrants-la-guerre-des-images_4746189_4355770.html. Samuel Laurent et Elise Barthet, « Des anti-mariage gay se remobilisent contre une intervention en Syrie », *Le Monde*, 6 septembre 2013. URL : https://www.lemonde.fr/societe/article/2013/09/06/des-anti-mariage-gay-se-remobilisent-contre-une-intervention-en-syrie_3471971_3224.html.

²¹³ Samuel Laurent, « Migrants : la guerre des images », *Le Monde*, 4 septembre 2015. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/09/04/migrants-la-guerre-des-images_4746189_4355770.html.

les distinguer des valeurs professionnelles du journalisme : ils sont ainsi présentés comme « exaltés, souvent radicalisés, et forts de militants prosélytes ».

« Outre qu'il y a sur Facebook un effet boule de neige lorsqu'il s'agit de vidéos, la viralité semble favorisée par la nature engagée, polémique, dénonciatrice, partisane ou militante des publications. L'exigence de neutralité et d'équilibre, normalement à la base des pratiques journalistiques des médias classiques, paraît être à leur désavantage sur la plateforme²¹⁴ »

Le caractère militant des contre-médias, pointé par les journalistes, se traduirait notamment dans le choix des sujets traités²¹⁵. Un article consacré aux sites identitaires régionaux (*ParisVox*, *Breizh Info*, etc.) insiste ainsi sur la mise à l'agenda des contre-médias locaux, focalisée sur une poignée de sujets. Les choix à cet égard sont soulignés en ce qu'ils permettent de marquer l'écart qui sépare les médiactivistes de la presse quotidienne régionale dont ils semblent pourtant s'inspirer.

« Sur la page d'accueil d'Infos Bordeaux, on trouve dix occurrences du terme "migrant" mais pas une seule pour évoquer le classement de la ville en tête des cités les plus "branchées" selon le guide Lonely Planet, qui a pourtant fait la une de la presse locale²¹⁶ »

Le choix de couvrir en premier lieu des informations ayant trait à l'immigration, à l'Islam et à l'insécurité, au détriment d'autres sujets régionaux serait donc distinctif, et serait un marqueur du caractère militant des contre-médias. Il conférerait à ces acteurs locaux, sous la plume du journaliste, le statut de sites et blogs de « propagande ». La multiplication des contre-médias identitaires locaux est ainsi présentée comme répondant à un objectif stratégique : multiplier les occurrences liées à ces quelques sujets en ligne, et ainsi saturer l'espace numérique.

« L'objectif de tous ces sites est de contribuer à gonfler les résultats des recherches sur quelques thèmes, toujours les mêmes : Islam, immigration, insécurité, défense des traditions, etc.²¹⁷ »

²¹⁴ Baptiste Bouthier et Jérôme Lefilliâtre, « Facebook, un mois dans la machine à infos », *Libération*, 13 mars 2017, page 2.

²¹⁵ Voir notamment, Jacques Pezet, « Qui se cache derrière le nouveau media d'extrême droite Sunrise ? », *Libération*, 1^{er} juillet 2019. URL : https://www.liberation.fr/checknews/2019/07/01/qui-se-cache-derriere-le-nouveau-media-d-extreme-droite-sunrise_1736556/.

²¹⁶ Samuel Laurent, « Nordactu, Breizh Info, Info-Bordeaux... Les vrais faux sites d'infos locales des militants identitaires », *Le Monde*, 1^{er} novembre 2016. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/11/01/les-vrais-faux-sites-d-information-locale-des-militants-identitaires_5023675_4355770.html.

²¹⁷ Samuel Laurent, « Nordactu, Breizh Info, Info-Bordeaux... Les vrais faux sites d'infos locales des militants identitaires », *Le Monde*, 1^{er} novembre 2016. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/11/01/les-vrais-faux-sites-d-information-locale-des-militants-identitaires_5023675_4355770.html.

On retrouve une idée similaire dans un article relatif au site *FdeSouche*. Ses auteurs soulignent la capacité de son principal animateur à accumuler des faits-divers appelés à être lus comme les indices d'une déstabilisation de la société portée par l'immigration. Le procédé éditorial adopté par le contre-média mise alors sur une « *apparente objectivité* » (je souligne) devant être relativisée à l'aune des relations de son créateur avec l'ensemble de l'extrême droite française, renseignées dans l'article.

« Pour diffuser ses idées, Pierre Sautarel choisit de raconter l'actualité plutôt que sa vie. Fdesouche prend les apparences d'un site d'information en proposant une revue de presse en temps réel des polémiques liées à l'immigration. Bien avant La France Orange mécanique, de Laurent Obertone (Ring, 2013), Fdesouche compile les faits-divers de manière exhaustive, monomaniaque et plutôt professionnelle. Pierre Sautarel s'efface et laisse la place aux commentaires d'internautes déchaînés. Relayer sans les retoucher les titres et les informations des médias traditionnels et "bien-pensants", en misant sur l'effet d'accumulation et l'apparente objectivité : le concept de "Desouche", comme l'appelle, avec une tendresse presque paternelle, Jean-Yves Le Gallou, fait l'admiration de ce pilier historique de l'extrême droite²¹⁸ »

Pour autant, ce n'est pas uniquement le caractère militant des contre-médias qui est mis en avant dans les articles. Un journaliste préfère ainsi mettre l'accent sur la duplicité qui caractériserait les acteurs²¹⁹. Les initiatives médiactivistes locales sont ainsi qualifiées de « faux-nez », c'est-à-dire de sites cherchant à tromper les internautes. Les contre-médias locaux sont décrits dans son article comme des « sites qui ressemblent à de petits portails d'information locale et qui n'annoncent jamais leurs réelles intentions, bien différentes ». Ces acteurs ne chercheraient alors pas à informer le public, fonction qu'ils semblent tenir au premier abord, mais bien à promouvoir une vision identitariste de la société, encouragée par la sélection biaisée des sujets. Dans le même article, l'*Observatoire du journalisme* (OJIM) est, de la même manière, présenté comme une initiative qui « a tous les airs du site sérieux lorsqu'on n'en connaît pas les dessous ».

Les définitions du phénomène proposées dans les articles de presse constituent donc des occasions de procéder à l'expulsion des médiactivistes, se présentant comme des

²¹⁸ Ariane Chemin et François Krug, « Pierre Sautarel l'apprenti droitier », *Le Monde*, 15 avril 2017, page 16.

²¹⁹ Samuel Laurent, « Nordactu, Breizh Info, Info-Bordeaux... Les vrais faux sites d'infos locales des militants identitaires », *Le Monde*, 1^{er} novembre 2016. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/11/01/les-vrais-faux-sites-d-information-locale-des-militants-identitaires_5023675_4355770.html.

acteurs en capacité de produire de l'information sur l'actualité. Ils sont ainsi fréquemment renvoyés à des déviances informationnelles, comme en atteste le vocabulaire employé pour les (dis)qualifier. De la même manière, la récurrence des présentations des contre-médias comme des acteurs *militants* – qui, en outre, ne se présentent pas ouvertement comme tels – a pour finalité de mettre au jour leur non-respect des principes d'objectivité et de neutralité.

4.5.2. Une déontologie affirmée en creux : les manquements éthiques des médiactivistes

4.5.2.1. Rigueur et vérification

Deux articles du corpus ont pour principal objet de montrer les manquements des médiactivistes, qui ne respectent pas les principes appelant les journalistes à faire preuve de prudence dans leurs enquêtes. Il s'agit alors d'illustrer la manière dont les contre-médias tendent à relayer des nouvelles confirmant leur vision du social, quand bien même celle-ci s'avèrent fausses. Les deux cas relatés reposent sur la même logique : un acteur extérieur au monde de la réinformation met en circulation une fausse nouvelle, avec pour finalité d'observer la manière dont celle-ci va être reprise. À chaque fois donc, il s'agit de souligner la non-vérification des informations par les médiactivistes.

Dans le premier cas²²⁰, l'article rapporte une rumeur relayée par deux contre-médias : *Riposte laïque* et *Le Salon Beige*. Les deux sites ont été « piégés par un témoignage mensonger, qu'ils ont recopié dans leurs textes le jour même, sans aucun souci de vérification préalable ». Leurs animateurs ont en effet reçu un faux témoignage d'un internaute se présentant comme un parent d'élève et se plaignant de l'« islamisation » des apprentissages à l'école. Si la méthode employée par l'internaute est à plusieurs égards contestable – ce que souligne le journaliste – cet épisode ne permet pas moins de prendre note du non-respect par les contre-médias des règles élémentaires devant guider le discours journalistique : la vérification des

²²⁰ Adrien Sénecat, « Comment des sites militants ont diffusé un faux témoignage sur la “propagande islamique” », *Le Monde*, 2 mai 2018. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/05/02/comment-des-sites-militants-ont-diffuse-un-faux-temoignage-sur-la-propagande-islamique_5293503_4355770.html.

faits et le croisement des témoignages. Plusieurs passages aboutissent à la conclusion que les manquements aux principes de vérification sont liés au caractère militant des contre-médias de réinformation.

« [Le site Riposte laïque] reconnaît en fait en creux s'être rué sur les affirmations de "Caroline" car elles correspondent à sa vision de la société et aux messages qu'il veut diffuser »

« [La méthode employée par l'internaute] a, en revanche, mis en lumière une nouvelle fois les pratiques tout aussi contestables de sites militants peu préoccupés par l'authenticité des informations qu'ils diffusent »

« Un cas d'école des biais de la "réinformation" militante »

Le second cas repose donc sur la même dynamique, avec une différence notable cependant : l'acteur mettant en ligne une fausse information n'est pas alors un internaute anonyme, mais un journaliste²²¹. Dans le cadre de la réalisation d'un documentaire sur le complotisme, celui-ci avait monté de toute pièce une vidéo développant une théorie fantaisiste sur les origines du virus du sida. Cette vidéo aurait bénéficié d'une petite exposition en ligne, et elle aurait été reprise telle quelle par deux sites. Son instigateur, interrogé par le journaliste de *Libération* compare alors explicitement l'absence de vérification alors observée avec les standards du journalisme. La parole professionnelle relayée par le journal de gauche postule alors que « les prétendus "réinformateurs" sont beaucoup moins scrupuleux que les journalistes professionnels ». L'opposition entre les deux groupes est ainsi rendue explicite.

« Nous avons voulu mesurer la complosphère de l'intérieur, explique Huchon. On peut en conclure que les prétendus "réinformateurs" sont beaucoup moins scrupuleux que les journalistes professionnels : à aucun moment ils n'ont cherché à vérifier quoi que ce soit dans ce que nous racontions. On a noté aussi à quelle vitesse s'est propagée notre théorie. Est-ce que tous ceux qui l'ont partagée y croyaient ? Pas sûr. L'important est sans doute ailleurs : ceux qui voulaient dire du mal des États-Unis ou des laboratoires pharmaceutiques se sont servis de notre vidéo pour pousser leur petit combat ».

Aussi ces deux articles ont-ils pour objet de souligner qu'en recherchant plus la confirmation de leurs vues que la vérité, les médiactivistes tendent à ne pas respecter le principe de vérification des informations. Leur positionnement idéologique aurait ainsi des conséquences pratiques directes : à l'enquête, ces acteurs préféreraient relayer directement des informations leur parvenant ou glanées sur le web. Ce

²²¹ Dominique Albertini, « Le sida comme arme anticastriste, vraiment ? », *Libération*, 12 mars 2016, page 6.

faisant, les animateurs des contre-médias de réinformation se distinguaient des journalistes, qui mettent au cœur de leur activité le recoupement des données et des témoignages qu'ils recueillent²²². Cette précipitation à relayer des rumeurs – ou de faux documents – et à participer à leur enrichissement est de la même manière au cœur de plusieurs articles²²³.

4.5.2.2. *La responsabilité éditoriale*

Quelques-uns des articles soulignent de plus l'absence de transparence quant à la composition des équipes médiactivistes. Le souci apporté à cette dimension permet, en creux, de souligner le non-respect par les contre-médias du principe de responsabilité qui dirige l'activité journalistique, et engage normalement les journalistes et leurs rédactions. J'ai précédemment noté le fait que les articles consacrés à *Sunrise* et *Le Média pour tous* soulignaient l'absence d'organigramme clair, ainsi que le recours aux pseudonymes par les médiactivistes. Concernant le second site, la journaliste de *Libération* notait ainsi les points suivants : l'absence de signature d'une partie des articles et de détails sur les rédacteurs, dans les cas dans lesquels les contenus sont attribués à un auteur.

« [L]e trombinoscope du Média pour Tous reste mystérieux. Certains des contenus ne sont pas signés, et les noms mentionnés sur les autres articles ne renvoient vers aucune page d'informations biographiques ni de contact²²⁴ ».

Des éléments identiques sont relevés dans l'article consacré par *Le Monde* aux contre-médias identitaires locaux. Deux de ces initiatives médiactivistes – sur les huit faisant l'objet de l'article – sont ainsi présentées comme des objets dont il est impossible de connaître les initiateurs ou les animateurs. Il ne s'agit pas alors de

²²² Des épisodes récents permettent cependant de souligner que la vérification des informations est parfois sacrifiée sur l'autel de la chasse à la primeur de l'information, dont les effets sont démultipliés en ligne. L'exemple de la reprise par une grande partie des médias conventionnels de la nouvelle – erronée – de la mort de Martin Bouygues en 2015 n'en est qu'un exemple.

²²³ Samuel Laurent, « Valérie Trierweiler et les vases de Sèvres : itinéraire d'une intox », *Le Monde*, 23 janvier 2014. URL : https://www.lemonde.fr/politique/article/2014/01/23/valerie-trierweiler-et-les-vases-de-sevres-itineraire-d-une-intox_4353309_823448.html. Nicolas Six, « Najat Vallaud-Belkacem, nouvelle cible privilégiée des intox », *Le Monde*, 8 septembre 2014. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/09/08/najat-vallaud-belkacem-nouvelle-cible-privilegiee-des-intox_4483568_4355770.html. Maxime Vaudano, « Monot, Dupont-Aignan et le traité d'Aix la Chapelle : itinéraire d'une intox très politique », *Le Monde*, 21 janvier 2019. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/01/21/monot-dupont-aignan-et-le-traite-d-aix-la-chapelle-itineraire-d-une-intox-tres-politique_5412204_4355770.html.

²²⁴ Elsa de la Roche Saint-André, « “Le Média pour tous” : que sait-on de ce “site de réinformation” », *Libération*, 18 juin 2021. URL : https://www.liberation.fr/checknews/le-media-pour-tous-que-sait-on-sur-ce-site-de-reinformation-20210618_GLDQJZR75H2FJMPLRUCHDXSAE/.

relever l'emploi ponctuel de pseudonymes, mais bien de relever l'absence totale de responsabilité éditoriale imputable à un individu, alors que les animateurs des sites se réfugient derrière des alias²²⁵.

« Nord Actu ressemble fort, graphiquement, aux autres sites de notre liste. Ici, le seul responsable identifié se nomme Antoine Decoster, un nom qui ne renvoie à aucun autre résultat [...] Infos Bordeaux est le plus discret : nulle mention de ses responsables dans la page "À propos", qui se contente d'évoquer une "agence de presse indépendante" [...]. Le nom du directeur de la publication du site [Infos Bordeaux], Bertrand Lescure, qui pourrait être un pseudonyme, ne renvoie aucun écho, sinon une chaîne YouTube contenant une quinzaine de vidéos stigmatisant les migrants, le mariage homosexuel ou l'islam²²⁶ »

Si l'intérêt de l'anonymat pour les médiactivistes n'est pas précisé dans les articles précédents, il l'est dans un article consacré au principal animateur de *FdeSouche*, Pierre Sautarel. Il y est en effet relevé que l'activité éditoriale du site a donné lieu à des plaintes devant la justice. Trois d'entre elles sont mentionnées dans l'article. Le flou relatif à l'identité des animateurs du site – le nom de son réel fondateur n'y apparaît jamais, un alias indien y étant privilégié – est alors présenté par les journalistes comme une « astuce », permettant de « brouiller les pistes » et ainsi de se soustraire à la police et à la justice.

« Ce brouilleur de pistes sait aussi narguer les policiers. Il commence à bien les connaître. Il a notamment été mis en examen pour diffamation après une plainte de Pierre Bergé (actionnaire du Monde) et, il y a quelques semaines, une autre du département de Seine-Saint-Denis. L'astuce, c'est que son nom n'apparaît jamais sur le site. Fdesouche a officiellement pour directeur de la publication un mystérieux Tilak Raj, domicilié en Inde. Lors d'une enquête ouverte après une plainte de l'association France Terre d'asile, les policiers français ont appelé Interpol à la rescousse pour localiser l'individu à l'autre bout du monde, sans résultat. Ils ont aussi convoqué deux homonymes vivant en région parisienne, des immigrants qui ignoraient jusqu'à l'existence et le sens même de Fdesouche²²⁷ ».

²²⁵ À cet égard, il est nécessaire de préciser – ce que les journalistes ne font pas – que la loi du 1^{er} août 1986 portant sur la réforme du régime juridique de la presse impose aux publications, y compris les services de presse en ligne, de donner les informations suivantes à leurs lecteurs : « 1° Si l'entreprise éditrice n'est pas dotée de la personnalité morale, les nom et prénom du propriétaire ou du principal copropriétaire ; 2° Si l'entreprise éditrice est une personne morale, sa dénomination ou sa raison sociale, son siège social, sa forme juridique ainsi que le nom de son représentant légal et des personnes physiques ou morales détenant au moins 10 % de son capital ; 3° Le nom du directeur de la publication et celui du responsable de la rédaction ». Par-delà la question des valeurs professionnelles, il s'agit donc d'une obligation légale.

²²⁶ Samuel Laurent, « Nordactu, Breizh Info, Info-Bordeaux... Les vrais faux sites d'infos locales des militants identitaires », *Le Monde*, 1^{er} novembre 2016. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/11/01/les-vrais-faux-sites-d-information-locale-des-militants-identitaires_5023675_4355770.html.

²²⁷ Ariane Chemin et François Krug, « Pierre Sautarel l'apprenti droitier », *Le Monde*, 15 avril 2017, page 16.

Les articles traitant des contre-médias permettent d'insister sur les points qui les distingueraient des médias conventionnels d'un point de vue éthique et déontologique. Deux dimensions apparaissent de manière prévalente dans les productions des journalistes. La première est la non-vérification des informations, sur laquelle insistent en particulier deux articles. La seconde est la soustraction des médiactivistes – ou du moins d'une partie d'entre eux – aux principes de la responsabilité éditoriale, et ce jusque devant la justice. La mention de ces points a évidemment pour objet de participer au maintien de la frontière séparant les professionnels de l'information de ceux porteurs de critiques à leur égard, le premier groupe étant tenu au respect de ces deux principes.

4.6. Des marges vers le centre, quel *intermedia agenda setting* ?

La littérature reconnaît que, parmi les facteurs concourant à la mise à l'agenda, l'écosystème médiatique occupe une place importante (Rogers et Dearing, 1988). Le concept d'*intermedia agenda setting* désigne à ce titre l'influence exercée sur un média par les médias qui l'entourent. Les sujets qu'il sélectionne et traite dépendent en effet en partie de ce que les médias environnants mettent eux-mêmes à l'agenda. De même que les médias qui l'entourent s'influencent entre eux. Dans cette perspective, la mise à l'agenda doit être appréhendée comme une co-construction, et non comme le produit de la décision isolée des acteurs médiatiques. Cette dynamique a fait l'objet de vives critiques dans la sociologie française (Bourdieu, 1996) sous l'expression de « circulation circulaire de l'information ». Elle constitue cependant une pratique routinisée de l'activité journalistique (Lagneau, Nicey *et al.*, 2013). Elle est notamment encouragée par le contexte concurrentiel qui pousse chaque média à prêter attention à ce que font ses concurrents, afin de s'en inspirer pour ne pas céder une proportion, même fine, de son lectorat, audience ou audimat. L'idée généralement acceptée est qu'une telle dynamique suppose l'existence de critères communs, partagés par les différents acteurs médiatiques, permettant de distinguer ce qui constitue une information de ce qui n'en constitue pas (Vliegenthart et Walgrave, 2008). *L'intermedia agenda setting* est alors compris comme le produit de cet accord tacite relatif à la valeur informative (*newsworthiness*) de certaines informations. Une telle perspective

nécessite cependant d'être enrichie à l'aune de travaux récents soulignant que des acteurs marginaux, non reconnus par la profession et n'en partageant pas les valeurs peuvent eux aussi exercer une influence sur les journalistes. Deux articles écrits par Lei Guo et Chris Vargo (Guo et Vargo, 2020 ; Vargo et Guo, 2017) soulignent en effet que des « informations » provenant de sites spécialisés dans les *fake news* peuvent circuler jusqu'aux espaces médiatiques conventionnels. Un tel constat rompt avec la perspective pensant l'*intermedia agenda setting* comme le signe de valeurs et de pratiques partagées. Il invite plutôt à dépasser l'idée d'un simple transfert d'information pour considérer des dimensions plus qualitatives : les informations sont-elles reprises telles qu'elles ont été originellement formulées par les acteurs situés aux marges de l'écosystème médiatique, ou s'en distinguent-elles par leur cadrage ? Comme je vais l'illustrer, la prévalence du *fact-checking* dans le corpus invite à penser l'*intermedia agenda setting* – pour ce qui est du présent sujet d'étude – dans une perspective disqualificatrice.

Dans l'étude précédemment citée traitant des pays scandinaves (Nygaard, 2020), l'auteure constatait qu'en dépit de variations entre les pays de la région, les contre-médias participent marginalement à la mise à l'agenda des médias *mainstream*. La mention par les journalistes de ces acteurs d'extrême droite s'intègre ainsi selon elle à deux configurations principales. Dans le premier cas de figure, les articles de presse contiennent des références brèves : le sujet des contre-médias ne trouve pas de réel développement. Plus de la moitié des articles étudiés par Silje Nygaard s'inscrit dans cette perspective. Dans la seconde configuration, les contre-médias mentionnés sont au cœur de l'article puisqu'ils en sont le sujet. Il s'agit alors d'exposer leur positionnement idéologique et éditorial, ou encore de consacrer des développements aux formes organisationnelles et économiques privilégiées par ces acteurs.

Je reprends dans la présente analyse la catégorisation proposée par Silje Nygaard, afin de déterminer les contextes dans lesquels les contre-médias de réinformation sont mentionnés par des journalistes. Au vu des critères de délimitation de mon échantillon de 58 articles, les tendances que l'analyse met à jour ne peuvent pas être directement comparées avec les résultats de l'auteure. Ceci car les articles ne faisant qu'une brève mention du phénomène de réinformation n'ont pas été conservés. La préoccupation pour les cas de figure dans lesquels la mise à l'agenda est associée au

souci de réfuter une assertion – la prégnance des articles issus des cellules de *fact-checking*, déjà mentionnée, en est l’indice – invite par ailleurs à considérer la réfutation comme une modalité spécifique de l’*intermedia agenda-setting*. Dès lors, deux configurations différentes dans l’influence qu’un contre-média peut exercer sur un média conventionnel peuvent être dégagées. Ses productions peuvent être reprises, dans les cas dans lesquels les acteurs *mainstream* en acceptent la validité. Auquel cas cette reprise génère des commentaires, des éclaircissements et des enquêtes complémentaires. Dans le même temps, les informations publiées par les contre-médias peuvent être reconnues par les journalistes des médias conventionnels comme biaisées, non factuelles ou erronées. Si tel est le cas, les articles abordant les sujets contestés ont pour objet de revenir sur la non-véracité de ces informations. Il convient dès lors de distinguer les logiques de transfert positives (l’information est acceptée par les médias conventionnels et reprise) des logiques négatives (l’information est reprise pour être contestée). Les présents développements ont pour objet d’apprécier la place occupée par l’*intermedia agenda setting* dans le corpus. Est-il important ? Et dans quelle dynamique s’inscrit-il ?

	Libération	Le Monde	Le Figaro
Transfert positif	0	0	0
Transfert négatif	2	2	0
Référence brève et non développée	4	1	2
Sujet de l’article	19	23	5

Tableau 13 : Fonctions des références aux contre-médias de réinformation dans les articles du corpus

Le dépouillement des articles du corpus aboutit au constat que les logiques de transfert positif y sont absentes (Tableau 13). En effet, aucune information produite par les contre-médias ne semble avoir été reprise telle qu’elle a été formulée, afin d’être intégrée dans un article, commentée et complétée par un des journalistes. Quelques productions – essentiellement issues des cellules de *fact-checking* – ont donné un écho à ces informations, mais dans une perspective négative. Elles ont en effet pour objet de réfuter les assertions des contre-médias, qu’il s’agisse de mauvaises interprétations de données relatives à la vaccination contre le Covid-19²²⁸

²²⁸ Elsa de la Roche Saint-André, « La mortalité des pilotes de ligne américains a-t-elle progressé de 1750% à cause des vaccins anti-Covid ? », *Libération*, 24 décembre 2021. URL : <https://www.liberation.fr/checknews/la-mortalite-des->

ou d'une rumeur relative aux élections étasuniennes²²⁹, ou aux déclarations d'une ministre en exercice²³⁰. Dans ce dernier cas, les journalistes retracent la manière dont la prise de parole originelle a été progressivement déformée, au fil de sa circulation dans différentes arènes numériques.

« Laurence Rossignol n'a jamais prononcé la seconde partie de la phrase qu'on lui attribue, comme le prouve la vidéo de l'émission. Il semble en réalité que tout soit parti des réseaux sociaux, et plus précisément de Twitter, où de nombreux téléspectateurs commentent en direct l'émission. [...] La première mention de la phrase provient du compte d'un militant de la Manif pour tous, qui avait repris la citation de la première partie de la phrase, et ajouté un commentaire de son cru : "Ils appartiennent à l'État !". De retweet en retweet, la phrase a fini par se transformer, et les guillemets par disparaître. La citation déformée fait ensuite son chemin, sur Facebook, puis sur des blogs de la "cathosphère". Elle devient rapidement un élément phare de l'argumentaire anti-"gender" [...]. Sur des blogs militants, mais aussi sur de nombreux sites proches de la mouvance "manif pour tous", le site "union républicaine", qui évoque une "propagande stalinienne", ou encore des groupes Facebook de la Manif pour tous. Même d'autres sites de la "réinfosphère", comme le site libéral Contrepoints et son blogueur "phare", H16 ».

Le faible nombre d'articles comprenant une référence brève et non développée aux contre-médias de réinformation s'explique par les critères de constitution du corpus ici analysé. La première lecture du résultat de la recherche sémantique m'avait en effet amené à écarter de nombreux articles parce qu'ils ne consacraient pas de réel développement au phénomène. Les références brèves ont notamment pour objet de contextualiser les déclarations d'élus du Front national ou d'organisations militantes d'extrême droite, alors faites auprès d'un contre-média et reprises par un journal *mainstream*. Ces reprises d'entretiens permettent aussi de tirer des informations sur certains des contre-médias, leurs animateurs s'accordant eux-mêmes des interviews. Un article de *Libération* consacré au *Média pour tous* cite ainsi des extraits

[pilotes-de-ligne-americains-a-t-elle-progresse-de-1750-a-cause-des-vaccins-anti-covid-20211224_U5PRTL4SMJHW3BPVYRR5KMXE6A/](https://www.liberation.fr/checknews/covid-19-est-il-vrai-que-les-departements-les-plus-vaccines-ne-connaissent-pas-moins-de-cas-que-les-autres-20211202_5OWWPVKKHRB4JD2U3EWDB2MTOY/). Luc Peillon, « Covid-19 : est-il vrai que les départements les "plus vaccinés" ne connaissent pas moins de cas que les autres » *Libération*, 2 décembre 2021. URL : https://www.liberation.fr/checknews/covid-19-est-il-vrai-que-les-departements-les-plus-vaccines-ne-connaissent-pas-moins-de-cas-que-les-autres-20211202_5OWWPVKKHRB4JD2U3EWDB2MTOY/.

²²⁹ Le Monde, « Non, Joe Biden n'a pas admis que les démocrates ont établi "le plus grand système de fraude" », *Le Monde*, 6 novembre 2020. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2020/11/06/non-joe-biden-n-a-pas-admis-que-les-democrates-ont-etabli-le-plus-grand-systeme-de-fraude_6058805_4355770.html.

²³⁰ Jonathan Parienté et Samuel Laurent, « "Théorie du genre" : Laurence Rossignol n'a jamais dit que "les enfants appartiennent à l'État", *Le Monde*, 30 janvier 2014. URL : https://www.lemonde.fr/societe/article/2014/01/30/theorie-du-genre-laurence-rossignol-n-a-jamais-dit-que-les-enfants-appartiennent-a-l-etat_4357291_3224.html.

d'interview accordée par son fondateur, Vincent Lapierre, à *Breizh Info* et à *l'Observatoire du journalisme*²³¹.

« Au média de “réinformation” Paris Vox, le collectif [le groupe identitaire féminin Némésis], qui explique s'être créé en octobre, développe : “Nous ne nous retrouvons pas dans les autres groupes féministes car ces mouvements sont généralement gangrenés par l'extrême gauche et préfèrent se focaliser sur des thématiques anecdotiques (écriture inclusive, sexisme dans la pub...). Et ils ne traitent les violences que subissent quotidiennement les femmes (comme le harcèlement de rue) qu'en les noyant sous des concepts abstraits comme celui de patriarcat pour occulter le fait que nos agresseurs sont massivement d'origine extra-européenne”²³² ».

*« Le drame de la rue d'Aubagne a donné à l' élu [Stéphane Ravier, alors sénateur Front national] une occasion en or pour revenir sur le devant de la scène locale. Ravier enchaîne depuis les interviews à la presse “alternative”. Sur Boulevard Voltaire, média en ligne de “réinformation” du maire de Béziers (affilié RN) Robert Ménard, il cible Gaudin et son équipe comme les responsables de la tragédie. Et dans *l'Incorrect*, il a esquissé quelques éléments de programme²³³ ».*

Les références non développées peuvent aussi servir à contextualiser les actions de certains acteurs. Dans le premier exemple exposé ci-dessous, la mention du contre-média de réinformation pro-syrien animé par Frédéric Chatillon a pour objet de mieux qualifier la relation que l'homme entretient avec l'État du Moyen-Orient. En effet, la société du « proche de Mme Le Pen » aurait reçu des virements de l'ambassade syrienne à Paris, estimés suspects par Tracfin et justifiant en conséquence une enquête de la brigade financière. C'est à cette enquête qu'est consacré l'article, et la mention du site a pour objet de restituer le faisceau de suspicions pesant alors sur M. Chatillon. Dans le second exemple, l'expression « réinformation » est seulement mentionnée comme l'indice de la sympathie d'un élu Les Républicains pour le Front national.

« En juin 2011, M. Chatillon lance Infosyrie, site Internet qui se veut un “organe de réinformation” au profit du régime syrien²³⁴ »

²³¹ Elsa de la Roche Saint-André, « “Le Média pour tous” : que sait-on de ce “site de réinformation” », *Libération*, 18 juin 2021. URL : https://www.liberation.fr/checknews/le-media-pour-tous-que-sait-on-sur-ce-site-de-reinformation-20210618_GLDQJZRZ75H2FJMPLRUCHDXSAE/.

²³² Fabien Leboucq, « Manif #NousToutes : qui se cache derrière les “féministes anti-immigration de Némésis ? » », *Libération*, 30 novembre 2019, page 21.

²³³ Tristan Berteloot, « Le programme de Stéphane Ravier pour Marseille : “faire revenir les ‘souchiens’” », *Libération*, 16 novembre 2018. URL : https://www.liberation.fr/en-bref/2018/11/16/le-programme-de-stephane-ravier-pour-marseille-faire-revenir-les-souchiens_1692276/.

²³⁴ Abel Mestre et Caroline Monnot, « Un proche de Mme Le Pen a attiré l'attention de Tracfin », *Le Monde*, 11 juillet 2012, page 7.

« Si l'on fait défiler les publications de la page Facebook dudit maire, il faut constater qu'il a régulièrement glissé des indices sur l'orientation de son prochain vote. Les publications d'articles issus des sites de "réinformation" se sont multipliées ces derniers temps²³⁵ »

Le dépouillement des articles du corpus révèle ainsi que la référence aux médias de réinformation a pour principale finalité de faire de ce phénomène le sujet des articles. Plusieurs angles sont alors adoptés pour ce faire. De ce fait, les lignes suivantes ne doivent pas être entendues comme une typologie permettant de fixer les usages de ces références par les médias conventionnels. Il s'agit plutôt de souligner la variété des occurrences, et ainsi d'observer que c'est à plusieurs titres que le développement des contre-médias est considéré par les journalistes comme un sujet digne d'intérêt. Plusieurs articles sont ainsi consacrés à la présence de l'extrême droite en ligne²³⁶ et au développement des contre-médias de réinformation. Ces contributions ont alors généralement pour objet de qualifier leurs positionnements éditoriaux²³⁷, leurs modes d'organisation ou encore leurs modes de financement²³⁸. Parmi les articles consacrant leur développement à ces différentes dimensions, on retrouve ceux mentionnés précédemment et traitant de *Sunrise*²³⁹, du *Média pour Tous*²⁴⁰, et des sites identitaires locaux de réinformation²⁴¹.

Quelques articles entrent sur le terrain de la réinformation à travers les individus qui le composent et l'animent. Leur rédaction est alors généralement motivée par l'actualité, qu'il s'agisse de tensions au sein de la radio d'union des droites, *Radio*

²³⁵ Madeleine Meteyer, « Un maire LR exclu du parti pour avoir annoncé qu'il voterait Front national », *Le Figaro*, 27 avril 2017. URL : <https://www.lefigaro.fr/elections/presidentielles/2017/04/27/35003-20170427ARTFIG00178-un-maire-lr-de-l-essonne-annonce-son-vote-en-faveur-de-marine-le-pen.php>.

²³⁶ Abel Mestre et Caroline Monnot, « L'extrême droite de blog en blog », *Le Monde*, 5 juillet 2011, page 14.

²³⁷ Adrien Sénécat, « Comment des sites d'extrême droite fabriquent un récit "alternatif" de la présidentielle », *Le Monde*, 3 avril 2017. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/04/03/comment-des-sites-d-extreme-droite-fabriquent-un-recit-alternatif-de-la-presidentielle_5105207_4355770.html. Marwan Chahine, « Dans la réacosphère, les islamophobes déversent leur haine », *Libération*, 27 juillet 2011, page 11.

²³⁸ Damien Leloup, « Des milliardaires américains financent discrètement des campagnes de désinformation en Europe », *Le Monde*, 7 mars 2019. URL : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/03/07/des-milliardaires-americains-finacent-discretement-des-campagnes-de-desinformation-en-europe_5432486_4408996.html. Maxime Macé et Pierre Plottu, « Etat et extrême droite, les dons amis », *Libération*, 10 avril 2021, pages 2-5.

²³⁹ Jacques Pezet, « Qui se cache derrière le nouveau media d'extrême droite Sunrise ? », *Libération*, 1^{er} juillet 2019. URL : https://www.liberation.fr/checknews/2019/07/01/qui-se-cache-derriere-le-nouveau-media-d-extreme-droite-sunrise_1736556/.

²⁴⁰ Elsa de la Roche Saint-André, « "Le Média pour tous" : que sait-on de ce "site de réinformation" », *Libération*, 18 juin 2021. URL : https://www.liberation.fr/checknews/le-media-pour-tous-que-sait-on-sur-ce-site-de-reinformation-20210618_GLDOTJZRZ75H2FJMPLRUCHDXSAE/.

²⁴¹ Samuel Laurent, « Nordactu, Breizh Info, Info-Bordeaux... Les vrais faux sites d'infos locales des militants identitaires », *Le Monde*, 1^{er} novembre 2016. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/11/01/les-vrais-faux-sites-d-information-locale-des-militants-identitaires_5023675_4355770.html.

*Courtoisie*²⁴², ou de l'arrestation de l'animateur d'un contre-média du fait du contenu antisémite publié²⁴³. Cependant, le portrait le plus long n'a pas vocation à répondre à une actualité brûlante mais plutôt à une tendance de fond. Ainsi, à l'occasion d'une série d'articles consacrée aux « passeurs » favorisant la diffusion des idées d'extrême droite – depuis les universitaires jusqu'aux journalistes –, *Le Monde* consacre une pleine page au fondateur de *FdeSouche*²⁴⁴. Finalement, deux articles du corpus traitent des mobilisations internes organisées par *Polémia* : Journée de la réinformation²⁴⁵ et Cérémonie des Bobards d'or²⁴⁶.

Il convient de noter qu'un des articles traitant de la réinformation est particulièrement apologétique. Écrit en 2016 par Éric Zemmour, il tranche avec les représentations du phénomène qui dominent dans les productions journalistiques du corpus. Il peut par ailleurs être intéressant de noter que l'argumentaire développé par le journaliste reprend certains des thèmes communément développés par les médiactivistes de réinformation. Le vocabulaire employé croise en partie celui employé dans les textes de la fondation *Polémia* (Chapitre 1) : « monopole idéologique », « politiquement correct » ou encore « bien-pensance ». De même que l'argument développé par la plume du *Figaro* est similaire à celui des médiactivistes : la réinformation a pour objet de restaurer une pluralité qui semble compromise au sein des médias conventionnels.

« ces sites “réactionnaires”, “identitaires”, peu importe leur nom, ont eu l'immense mérite de briser le monopole idéologique sur l'information du “politiquement correct”. Ces sites ont, en fait, réintroduit la diversité authentique qui régnait dans la presse française, parmi les quotidiens, jusqu'aux années 1970. Ils ont déstabilisé la bien-pensance, qui sait qu'elle n'est plus seule. Qu'elle est sous surveillance. Qu'elle sera corrigée si elle veut dissimuler ou contrefaire. On a pu encore le constater récemment avec les violences commises par les “migrants” sur les femmes allemandes dans les rues de Cologne que les grands médias

²⁴² Alexandre Piquard et Olivier Faye, « Raciste déclaré, le président de Radio Courtoisie, Henry de Lesquen est prié de démissionner », *Le Monde*, 28 juin 2016. URL : https://www.lemonde.fr/politique/article/2016/07/02/raciste-declare-le-president-de-radio-courtoisie-henry-de-lesquen-est-prie-de-demissionner_4962459_823448.html.

²⁴³ Samuel Laurent, « Samuel Goujon, de l'école Centrale aux listes de juifs », *Le Monde*, 23 août 2021. URL : https://www.lemonde.fr/societe/article/2021/08/23/samuel-goujon-de-l-ecole-centrale-aux-listes-de-juifs_6092149_3224.html.

²⁴⁴ Ariane Chemin et François Krug, « Pierre Sautarel l'apprenti droitier », *Le Monde*, 15 avril 2017, page 16.

²⁴⁵ Abel Mestre, « Robert Ménard, invité vedette de l'extrême... extrême droite », *Le Monde*, 28 septembre 2011, page 10.

²⁴⁶ Dominique Albertini, « La fachosphère se paie la tournée des “bobards” », *Libération*, 10 mars 2015, page 12.

*ont essayé, en vain, de dissimuler au grand public, avec la complicité de la police*²⁴⁷ ».

L'analyse permet ainsi de mettre au jour les situations dans lesquelles les journalistes des médias conventionnels mentionnent le médiactivisme de réinformation. La première consiste dans la reprise d'extraits d'entretiens accordés par des acteurs de l'extrême droite – partisane ou non – auprès des sites de réinformation. Il s'agit alors de reprendre une partie du verbatim, ou de synthétiser certaines des positions défendues dans ces interviews. La deuxième s'inscrit dans des logiques d'*intermedia agenda setting* d'un type singulier, alors que les transferts à l'œuvre sont des transferts négatifs. En effet, si des « informations » initiées ou relayées par des contre-médias font l'objet de développements par les médias conventionnels, c'est avant tout afin d'en montrer les limites ou la non-véracité. De tels constats invitent les études portant sur l'*intermedia agenda setting* à prendre compte de la dimension qualitative des transferts qui sont observés, et à intégrer la réfutation comme une modalité particulière de mise à l'agenda. En dernier lieu, la réinformation constitue un sujet pour les journalistes. Il s'agit notamment pour eux de détailler les modes de fonctionnement des sites et blogs qui se présentent comme leurs concurrents, ainsi que de consacrer des développements aux liens que ce monde social entretient avec des partis politiques, de droite et d'extrême droite.

Les résultats auxquels aboutit cette analyse présentent un intérêt non négligeable. En effet, la littérature, ainsi que plusieurs des développements dans cette thèse, insistent sur la dépendance des médiactivistes à l'égard des productions des médias conventionnels. Ceux-ci occuperaient une position avant tout réactive : c'est la manière dont l'actualité est traitée par les journalistes *mainstream* qui motive leur création de contenus. Or, j'aboutis ici à la conclusion que des sujets soulevés par les contre-médias motivent eux aussi – bien que marginalement – la rédaction d'articles dans la presse *mainstream*, ne serait-ce que pour les réfuter. Aussi, les médias conventionnels ne forment pas un ensemble totalement étanche aux contenus produits par les contre-médias. Les transferts entre marge et centre dans l'espace

²⁴⁷ Éric Zemmour, « On nous cache tout, on nous dit rien ! », *Le Figaro*, 17 mars 2016. URL : <https://www.lefigaro.fr/vox/politique/2016/03/17/31001-20160317ARTFIG00047-on-nous-cache-tout-on-nous-dit-rien.php>.

médiatique, quand bien même leur importance n'est pas comparable, ne sont donc pas unilatéraux.

À la lumière de ces développements, on observe que la manière dont les journalistes se réfèrent aux contre-médias de réinformation permet de mettre à distance ce monde social et d'affirmer l'existence d'une frontière le séparant des mondes du journalisme. Les définitions du phénomène proposées dans les articles ont pour objet d'écarter la prétention des médiactivistes à participer à la mise en mots du social. Les exemples sélectionnés permettent ainsi de souligner que le choix des termes employés pour qualifier les acteurs participe activement à l'expulsion des médiactivistes du territoire professionnel occupé par les journalistes (Carlson, 2015). Ils sont ainsi qualifiés de « sites militants peu préoccupés par l'authenticité des informations qu'ils diffusent » et produisant « de l'info bidon en masse », de la « désinformation ». Soit un ensemble de termes et d'expression renvoyant à des valeurs contraires de celles prônées par la profession journalistique. Celle-ci revendique en effet une préoccupation toute particulière pour la vérification des faits, qui est l'une « des conditions de l'*exactitude* journalistique » (Bastin, 2018, p. 151). La finalité du journalisme est ainsi de proposer une restitution des faits qui soit le plus proche possible de la vérité. J'ai aussi souligné que les médias conventionnels sont amenés à s'intéresser aux contre-médias de réinformation. Ceci correspond en premier lieu à deux visées. La première est la réinformation comme sujet d'intérêt. Il s'agit alors de présenter les sites et blogs, leurs modes de fonctionnement, ou de consacrer des développements aux médiactivistes qui les animent. La seconde est la réfutation, qui correspond à une modalité singulière de l'*intermedia agenda setting*. Dans cette configuration, si des informations sont tirées des contre-médias, c'est pour les reprendre en les présentant comme des informations fausses ou erronées. On constate dès lors que les contre-médias sont mis à l'index par les acteurs conventionnels de l'information. Deux éléments mis en avant par Matt Carlson (2015) permettent de cerner les raisons justifiant cette mise à l'écart : les pratiques (absence de procédures de vérification des informations, notamment) et le professionnalisme (caractère militant des contre-médias et absence de responsabilité éditoriale).

Comme je l'avais envisagé, l'analyse des discours des journalistes au sujet de la réinformation permet donc d'observer le travail de délimitation mis en œuvre par le

groupe professionnel pour préserver son territoire, sa légitimité et son autorité. Les éléments que j'avais notés dans l'analyse du corpus permettent en effet de mettre au jour la stratégie d'expulsion visant à écarter les médiactivistes souhaitant remettre en question les différentes dimensions du contrôle juridictionnel des journalistes sur la mise en mots et en images de l'information d'actualité.

Ces deux chapitres ont donc été l'occasion de mettre au jour les dynamiques à l'œuvre dans les relations entre marge – les contre-médias de réinformation – et centre dans l'espace médiatique. L'étude de la Cérémonie des Bobards d'or révèle que les premiers cherchent à saper la légitimité des médias dominants, en présentant les journalistes comme les complices d'identités menaçant l'intégrité du corps social français, ainsi qu'en soulignant leur non-respect des règles éthiques et professionnelles censées guider leur activité. Dans le même temps, les journalistes des médias *mainstream*, confrontés à ces critiques, s'attachent à préserver l'intégrité de leur territoire professionnel. L'analyse d'un corpus d'articles de presse traitant de la réinformation permet de constater l'existence d'un *boundary-work* important, visant à nier la capacité des médiactivistes à mettre en mots et en images l'actualité. La notion de frontières, mobilisée dans le quatrième chapitre, est d'autant plus intéressante pour étudier les relations entretenues par les deux groupes qu'elle renvoie aux « zones de l'action parce qu'elles sont des zones de conflit » (Abbott, cité par Jouvenet, 2022, p. 89). Dans le cadre de ce conflit, il est important de souligner que les normes professionnelles qui sont propres au journalisme, ainsi que des éléments relevant de sa déontologie, sont mobilisées dans les discours des deux groupes. Les médiactivistes et les journalistes s'accusent ainsi mutuellement de déroger au principe d'objectivité et d'être guidés en premier lieu par des motifs idéologiques. De la même manière, les premiers comme les seconds dépeignent l'autre groupe comme se soustrayant au principe de vérification des informations publiées. Je remarquais dans le chapitre consacré aux productions de *Polémia* la stratégie de rétorsion employée (Angenot, 1982). On l'observe ici aussi : c'est en s'appuyant sur les valeurs et normes qui structurent la profession que les médiactivistes s'attaquent à la légitimité des journalistes, alors accusés de ne pas conformer leur activité à ces principes.

Par ailleurs, si les deux groupes s'opposent et sont donc engagés dans un conflit relatif à l'interprétation des normes professionnelles, il est possible d'observer des transferts, allant tout à la fois du centre vers la marge et de la marge vers le centre. Les dynamiques centrifuges sont les plus importantes : l'analyse révèle que la critique des médias dominants telle qu'elle est formulée par les acteurs de la réinformation s'appuie paradoxalement sur les productions de ces mêmes médias. Je

constate dans le même temps que des transferts, bien que moins importants, empruntent le sens contraire.

L'observation des relations entretenues entre le centre et la marge de l'espace médiatique nécessite finalement de prendre compte de la manière dont les acteurs de la réinformation transforment leur positionnement en une ressource. Je l'ai noté, les initiatives de *fact-checking* telles que le Décodex participent au travail de délimitation du territoire professionnel des journalistes, et permettent d'en écarter les médiactivistes. Il est à cet égard particulièrement intéressant d'observer que ces jugements font l'objet d'un travail de resignification (Paveau, 2020) permettant aux acteurs de la réinformation d'affirmer leur « capital de dissidence » (Ferron, 2006).

Partie 2. La réinformation comme aire d'activité

Comme je l'écrivais à l'issue de la partie liminaire, un élément constitutif des mondes sociaux au sens d'Anselm Strauss (1978) reste à investiguer : l'organisation du monde de la réinformation, entendue comme la formalisation des modes de division du travail. Pour éclairer cette dimension, je me réfère aux développements d'Howard Becker relatifs aux mondes de l'art (2010). Comme l'expose le sociologue, les activités humaines, quelles que soient leurs natures, font intervenir « les activités conjuguées d'un certain nombre, et souvent d'un grand nombre, de personnes » (Becker, 2010, p. 27). L'approche qu'il développe dans son analyse des productions artistiques a ainsi pour vertu de comprendre tout à la fois les producteurs des fournitures et du matériel utilisés pour réaliser les œuvres, les différents acteurs dont l'activité permet – directement ou indirectement – la bonne réalisation de l'œuvre telle qu'elle est imaginée par l'artiste, ainsi que le public en capacité d'apprécier la production artistique. En s'inspirant de ce cadre théorique, il est possible de mettre en lumière la manière dont le médiactivisme de réinformation s'organise, en comprenant des acteurs autres que ceux produisant des contenus de réinformation. Plusieurs des points mis en avant par Howard Becker m'ont ainsi permis de structurer le raisonnement, et notamment les notions de « chaînes de coopération », de « conventions » ou de « personnel de renfort ».

Le visionnage des différentes éditions des Bobards d'or m'a fait constater que le public de la réinformation y est appelé à s'opposer aux médias *mainstream* et ainsi à jouer un rôle actif (Stephan, 2019). L'appel à la *résistance* lancé par les animateurs de *Polémia* s'appuie alors sur trois principaux piliers : occuper une position de « lanceur d'alerte » en remontant des informations aux médiactivistes, contribuer au financement des médias de réinformation et participer au travail de sape des médias conventionnels. C'est ainsi que je propose ici de concentrer l'analyse sur les deux premières dimensions ici identifiées. La première concerne l'économie de la réinformation. En mobilisant les développements d'Howard Becker relatifs à la mobilisation des ressources et à la distribution, et des travaux traitant de l'économie des médias, j'interroge la place de l'amateurisme au sein du monde de la réinformation, ainsi que le rapport de ce dernier au marché. La seconde traite des

relations qu’entretiennent les internautes et les contributeurs des contre-médias de réinformation. Dans le contexte d’ouverture des rédactions *mainstream* à la participation des internautes (Domingo, Quandt *et al.*, 2008), comment se structure le continuum liant la figure du rédacteur et celle du lecteur au sein du monde de la réinformation ?

L’analyse dans ces deux chapitres porte sur des matériaux composites dont il est nécessaire de préciser la nature. Comme je le mentionnais dans les développements traitant du réseau des acteurs de la réinformation (Chapitre 2), j’ai procédé au codage des 137 sites et blogs du corpus (Annexe 8). Le codage interrogeait plusieurs des caractéristiques de ces initiatives médiactivistes, dont certaines contribuent à répondre aux questionnements ici développés. Ainsi, concernant l’économie des médias de réinformation, j’ai codé de manière binaire la présence (ou l’absence) de publicités, d’offres d’e-commerce et de modules permettant aux internautes de réaliser des dons. De la même manière, j’ai pris en considération le fait que certains sites proposent aux internautes de s’abonner pour accéder à l’intégralité de leur contenu. La dimension participative a elle été intégrée au codage en prenant compte de la présence des sites et blogs sur différents RSN (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Telegram, Vkontakte et Gab). Dans la même perspective, j’ai noté si ces sites et blogs proposent aux internautes de participer à un forum, ainsi que la possibilité qu’ils leur laissent de commenter les contenus produits, ou de proposer leurs propres contributions.

Les informations recueillies lors des entretiens avec les médiactivistes permettent de dépasser les logiques descriptives associées au codage. Les échanges avec les acteurs de la réinformation ont en effet concerné les routines de travail qui s’installent au cœur des différentes rédactions, les ressources dont ils font l’usage dans leur activité, ou encore les relations qu’ils entretiennent avec leur public. Finalement, j’ai procédé à des observations permettant d’éclairer ces différentes dimensions, hors-ligne et en ligne. La présence lors de plusieurs événements organisés par des acteurs de la réinformation (Bobards d’or, Forum de la dissidence, séances de signatures à la Nouvelle Librairie) permet d’observer la manière dont s’organisent les relations entre médiactivistes et public, ainsi que la *mise en scène* du don qui y est opérée. L’observation en ligne complète ce dispositif. Cette dernière

repose sur deux exigences : la fréquentation régulière et assidue des sites et blogs du corpus, ainsi que le dépouillage de leurs *newsletters* et autres mails.

CHAPITRE 5. L'ÉCONOMIE DE LA PRODUCTION DE CONTRE-DISOURS : UN MONDE D'AMATEURS ?

Dans un article de 1984, les membres du groupe de *Comedia*²⁴⁸ soulignaient la précarité qui caractérise les publications alternatives progressistes. Cette fragilité économique est notamment présentée comme la conséquence de la position anticapitaliste qui les caractérise et du caractère restreint du public auquel elles s'adressent. Leur fonctionnement est le résultat de préoccupations politiques beaucoup plus que de la poursuite d'une stabilité financière, ce qui se traduit par l'adoption de formes d'organisation a-hiérarchiques ainsi que par le rejet de certaines compétences telles que le *marketing* ou la gestion. Ces choix ont pour conséquence de cantonner les publications alternatives progressistes à un « ghetto alternatif » (Comedia Group, 1984) caractérisé par un insuffisant développement économique et l'incapacité à pénétrer le marché d'une façon comparable aux productions médiatiques *mainstream*. La fragilité financière des publications concernées est ainsi structurelle, et a des incidences profondes. La difficulté à rémunérer les acteurs impliqués tout au long de la chaîne de production des publications étudiées par le groupe de *Comedia* a pour effet de déterminer le profil sociologique des médiactivistes qui s'y impliquent : des personnes jeunes, célibataires et n'ayant pas d'engagement (professionnel et personnel). De plus, le nombre limité d'opportunités professionnelles tend à jouer un effet désincitatif pouvant encourager les acteurs impliqués à se désengager au profit d'autres sphères d'activités.

Les constats apportés par le groupe de recherche sont discutés de façon critique par Chris Atton dans son ouvrage *Alternative media* (2002). L'auteur observe que la précarité continue à caractériser les publications alternatives dans les années 1990. Il relève aussi que les modèles économiques développés dans le secteur reposent encore en grande partie sur les subsides d'organisations tierces – notamment des dotations de partis ou syndicats et des donations d'entreprises – et le travail bénévole

²⁴⁸ Ce groupe de recherche britannique a été créé en 1978, initialement sous le nom de *Minority Press Group* avec pour objet d'étudier les médias alternatifs et leur distribution.

des acteurs impliqués. S'il prolonge donc certains constats, il rompt aussi avec certaines des propositions du groupe. Sa première objection concerne l'incapacité à pénétrer les marchés médiatiques. Chris Atton affirme ainsi que la question de la diffusion des productions alternatives ne se pose pas dans les mêmes termes que pour les productions *mainstream*. En se référant aux travaux de John Downing, il insiste plutôt sur le fait que des lieux alternatifs participant à la circulation des idées (librairies engagées, cafés, *etc.*) semblent former des espaces opportuns pour l'expression et la cristallisation d'idées alternatives et oppositionnelles. Sa seconde objection concerne le financement des médias alternatifs par la publicité. Le groupe de *Comedia* estimait que le niveau d'éducation des lecteurs de la presse alternative pouvait représenter un intérêt pour les annonceurs, et que les initiatives médiactivistes pourraient gagner à vendre des espaces publicitaires pour se financer. Chris Atton bat cet argument en brèche, à travers trois propositions. Il postule dans un premier temps que les éditeurs de presse alternative tendent à ne pas accepter les publicités pour des entreprises représentant des valeurs et des intérêts opposés aux leurs, limitant *de facto* le nombre d'annonceurs potentiels. Il insiste dans un second temps sur le fait que le marché représenté par le public de ces médias est de fait trop restreint pour représenter un intérêt pour les annonceurs. En dernier lieu, il souligne que poser la question du financement par la publicité pour ces médias rejoint sa première objection : un développement économique ayant pour seule finalité de pénétrer le *mainstream* compromettrait la dimension alternative des idées portées et exprimées.

Le constat de la fragilité économique des médias alternatifs est appuyé par une étude récente conduite par Anne-Marie Brunelle et Michel Sénécal (2020). En s'intéressant au cas québécois, les deux auteurs notent que l'indépendance éditoriale dont se réclament les *community* et *independent media* a pour corolaire une très forte dépendance financière, à l'égard des fonds publics, des donations et, à un niveau moindre, de la publicité. Les radios indépendantes québécoises disposeraient ainsi d'un budget reposant en premier lieu sur les publicités (50%), ainsi que sur les donations (30%) et les dotations publiques (20%). Les télévisions indépendantes de la région s'appuieraient sur trois modes de financement : l'autofinancement, les dotations gouvernementales et des contributions versées par les câblo-opérateurs. Le financement de la presse indépendante reposerait pour moitié sur les revenus

indépendants (publicité, levée de fond, *membership*) dégagés par les titres, quand l'autre moitié dépendrait des dotations gouvernementales. De tels constats permettent d'insister sur le caractère mixte des financements des différents médias alternatifs progressistes : la faiblesse de leurs différents revenus les incitant à les combiner. Les auteurs constatent aussi que les médias alternatifs qu'ils étudient n'ont qu'un recours marginal au *crowdfunding*. Ils expliquent cette tendance par trois facteurs : l'existence d'autres modes de financement ; l'instabilité financière des organisations concernées, qui complique le déploiement de ce type de campagne ; ainsi que le recours historique du secteur aux dons du public, qui rend inutile le recours à une plateforme d'intermédiation.

À l'instar de son impact sur les médias *mainstream*, le développement des réseaux de communication numérique a eu pour effet de bouleverser l'économie des médias alternatifs (Cardon et Granjon, 2010). Les réseaux télématiques, puis les réseaux informatiques ont en effet permis d'alléger les contraintes éditoriales auxquelles la presse indépendante était soumise, de réduire une grande partie de ses coûts de diffusion et de faciliter la production collaborative de contenus. Des groupes marginalisés, ayant une faible capacité d'accès aux médias conventionnels et disposant de ressources limitées ont ainsi pu faire usage de ces outils pour partager des informations et coordonner leurs actions, à l'image du médiactivisme des acteurs de la critique sociale en France (Granjon, 2001) ou des réseaux transnationaux tissés par le mouvement altermondialiste (Ferron, 2012). Par-delà les facilités nouvelles de production de contenus introduites par les réseaux numériques, c'est l'accessibilité des productions alternatives qui est particulièrement touchée, comme le note Patrick Flichy (2010). Le sociologue note en effet qu'Internet n'est pas le vecteur d'une émergence des pratiques amatrices, mais plutôt de la fin de leur marginalisation.

Les développements de ce chapitre ont pour objet de qualifier les propriétés économiques des contre-médias de réinformation. Ces derniers sont-ils touchés par la fragilité économique qui caractérise les médias alternatifs progressistes ? J'expose dans un premier temps quelques principes généraux relatifs à l'économie des médias d'information, avec l'idée que ces derniers servent de contre-modèles pour le monde de la réinformation. En effet, l'analyse de productions discursives des médiactivistes révèle que les différentes modalités permettant le financement

des médias *mainstream* sont abondamment critiquées. Par-delà cette critique, je détaille les principes qui régissent le développement économique des contre-médias de réinformation, en insistant sur l'hétérogénéité qui caractérise ce milieu.

5.1. Principes généraux de l'économie des médias

5.1.1. Les médias, une économie de prototype

Si la structuration des coûts de production des biens médiatiques varie selon les formats, les principaux postes de coûts sont relativement identiques. Jean-Marie Charon (2014) distingue ainsi ceux associés aux contenus, aux fournitures, à la fabrication, à la distribution/diffusion et à la commercialisation des médias. Les économistes Jean Gabszewicz et Nathalie Sonnac (2013) insistent de leur côté sur les coûts fixes extrêmement importants qui régissent le secteur médiatique. Ils les détaillent en distinguant les médias imprimés (presse quotidienne, périodiques et magazines) des médias audiovisuels (télévision et radio).

Les premiers sont caractérisés par des coûts fixes extrêmement importants, et l'existence d'économies d'échelle conséquentes. Le coût unitaire de production diminue donc avec le nombre d'exemplaires produits pour les médias imprimés. La presse, parce que son contenu change à chaque édition, s'inscrit en outre dans les industries de prototype. Les médias audiovisuels partagent cette caractéristique, chaque programme étant unique. Ils ont donc en commun avec les médias imprimés de présenter d'importants coûts fixes, comme permet de le souligner l'exemple de la télévision sur lequel j'insiste ici : « quel que soit le nombre de téléspectateurs, les coûts de production restent inchangés [et en conséquence] le coût marginal d'un téléspectateur est nul » (Danard et Le Champion, 2005, p. 34).

Les stratégies mises en place pour faire face à l'importance de ces coûts fixes dépendent de la nature des médias. Dans la presse imprimée, la périodicité exerce une influence sur ces stratégies. Dans le cas des quotidiens, les délais de production courts encouragent la mise en place de structures verticales (Charon, 2013) : les rédactions doivent compter un nombre suffisant de journalistes pour alimenter le titre en articles, et les journaux gagnent à disposer de leurs propres services

d'impression (Le Floch et Sonnac, 2013). Les périodiques (hebdomadaires, mensuels, *etc.*) bénéficiant d'un temps plus important pour rédiger les articles, imprimer les exemplaires et les faire distribuer, ils peuvent s'organiser sur la base d'un modèle réticulaire, et faire appel à des sous-traitants (Charon, 2014). L'externalisation concerne alors la rédaction des articles, par le recours à des pigistes, ou la délégation des services d'impression à des entreprises spécialisées, en France ou à l'international. Dans le cas de l'audiovisuel, les chaînes de télédiffusion et radiodiffusion cherchent à optimiser les dépenses relatives à la programmation. Elles disposent dans ce cadre de trois options, auxquelles elles peuvent recourir tout en devant respecter leurs contraintes budgétaires et les dispositifs réglementaires fixés par les pouvoirs publics : produire de nouveaux programmes (qui pourront être revendus à d'autres chaînes en France ou à l'étranger), acheter des programmes et déléguer leur production à des entreprises sous-traitantes.

L'essor du numérique a entraîné des bouleversements importants dans la manière d'appréhender les coûts fixes auxquels font face les médias imprimés et audiovisuels. Ces bouleversements ont aussi bien concerné la structure de ces coûts que leur nature. Ceci est particulièrement sensible dans le cas de la presse. Les travaux spécialisés y distinguent en effet traditionnellement cinq – chacune engageant des compétences spécifiques : la rédaction, l'édition, l'impression, la diffusion et la distribution. Trois de celles-ci ont été substantiellement modifiées sous l'effet de l'essor de l'informatique en réseau (Le Floch et Sonnac, 2013). La première est l'édition, qui correspond à l'organisation des articles en vue de les proposer sur le support papier. Avec le numérique, la publication des articles peut être opérée directement par les journalistes, sans intervention de l'éditeur, d'autant que la contrainte matérielle du nombre de pages a disparu. L'impression est de la même façon devenue une étape pouvant apparaître comme superflue, la consultation des articles passant de plus en plus par les écrans au détriment du papier. Finalement, la distribution est affectée, avec l'apparition d'intermédiaires spécialisés qualifiés d'*infomédiaires* (Rebillard, 2010 ; Rebillard et Smyrnaio, 2010), à l'image de Google et son service spécialisé Google Actualités ou encore de Facebook. La transition vers le numérique a ainsi pour conséquence la réduction des coûts liés aux matières premières employées (au premier rang desquelles le papier), à l'impression

du journal et à sa distribution physique. À ce titre, Jean-Marie Charon et Patrick Le Floch (2011) estiment que les économies réalisées sont de 50% à 60%. Pour autant, ils insistent aussi sur le fait que la distribution des contenus en ligne induit des coûts souvent éludés. Ainsi, la dépendance à l'égard des principaux infomédiaires – les deux services, Google et Facebook étant les pourvoyeurs de 70% du trafic externe des sites d'information en 2018 (Pignard-Cheynel, 2018) – conduit à l'adoption de stratégies d'adaptation par les éditeurs (Smyrnaio et Rebillard, 2009) entraînant des coûts nouveaux et non négligeables : la création de rédactions spécialisées dans le numérique, l'absorption d'acteurs ayant une connaissance fine des stratégies éditoriales en ligne, les dépenses de *search marketing*, etc.

Un des éléments distinctifs des médias audiovisuels a disparu avec l'essor du numérique et de la vidéo en ligne. En effet, quand les médias imprimés pouvaient fournir autant d'informations que souhaité, en adaptant le nombre de pages au volume d'articles qu'ils souhaitaient proposer à leurs lecteurs, les médias audiovisuels étaient eux dépendants du nombre d'heures de diffusion dans la journée, qui ne pouvaient pas, par nature, excéder vingt-quatre. De nouveaux formats ont émergé au cours des dernières années, laissant aux internautes la possibilité de choisir leurs programmes et remettant par là même en question l'importance jouée par la programmation. Parmi ces nouveaux modes de consommation – qui impliquent par ailleurs une variété de supports de visionnage – on compte notamment la télévision de rattrapage, la vidéo à la demande (Le Champion, 2018)²⁴⁹, ou encore le podcast (Brachet, 2009). Pour le téléspectateur ou l'auditeur, ces procédés permettent de s'autonomiser des grilles de programmation des chaînes et de « [consommer] les programmes selon une temporalité qui lui est propre, à la demande » (Brachet, 2009, p. 26). Ils ne sont par ailleurs pas sans conséquences sur les revenus dont peuvent bénéficier les entreprises médiatiques du secteur audiovisuel, la fragmentation des audiences entre direct et différé rendant plus complexe la monétisation de l'audience par la publicité (*voir plus bas*).

Aussi les industries médiatiques sont-elles caractérisées par de forts coûts fixes, qui les inscrivent dans la catégorie des industries de prototypes. L'informatisation du secteur – depuis les médias imprimés jusqu'aux médias audiovisuels – a eu pour

²⁴⁹ Voir aussi les rapports mensuels produits par le Centre National du Cinéma et de l'image animée en la matière, les *Baromètres de la télévision de rattrapage*.

effet de contracter une partie des coûts de production. Cependant, le numérique induit de nouveaux coûts, notamment liés à la dépendance des acteurs médiatiques à l'égard des infomédiaires, au premier rang desquels Google et Facebook. Pour faire face aux dépenses liées à la production de contenus, les médias disposent de deux principales sources de revenus.

5.1.2. Les revenus médiatiques à l'heure du numérique

En qualité de « marchés bifaces », les médias s'adressent à deux clientèles distinctes ayant intérêt à être mises en contact : le public et les annonceurs²⁵⁰. Les médias privés peuvent ainsi dégager des revenus auprès de ces deux clientèles ; les recettes éditoriales auprès du public et les recettes publicitaires auprès des annonceurs. La part de ces deux types de recettes dans le chiffre d'affaires des médias va cependant varier selon les stratégies adoptées par chacun. La publicité représente ainsi une source de financement quasi exclusive pour les médias offerts au public sans contrepartie financière, que l'on considère les chaînes de télévision de la TNT, les opérateurs privés spécialisés dans la radiodiffusion ou la presse gratuite distribuée dans les grandes agglomérations. Au contraire, quelques médias – peu nombreux – refusent toute publicité se financent sur la base des seules recettes éditoriales.

5.1.2.1. Les revenus éditoriaux

Traditionnellement, la presse a développé deux modalités d'accès aux titres moyennant paiement : la vente au détail, à la criée, en kiosque ou en maison de la presse, et l'abonnement. Ce dernier présente plusieurs avantages pour les médias imprimés : il permet de stabiliser la diffusion – limitant la coûteuse gestion des invendus – et représente des apports en trésorerie bienvenus (Charon, 2013). Le développement du numérique a permis le développement d'offres payantes nouvelles (Benghozi et Lyubareva, 2013 ; Sonnac et Gabszewicz, 2013) telles que la vente à l'article ou le développement de stratégies de *versioning* proposant aux abonnés des gammes tarifaires donnant accès à des offres plus ou moins étoffées

²⁵⁰ Parce que les entreprises médiatiques mettent en contact ces deux catégories, on se réfère aussi à leur modèle sous l'expression d'économie de plateforme.

(accès aux archives de la rédaction, possibilité de télécharger les articles pour les consulter hors-ligne, *etc.*).

Depuis la fin des années 1970, le lectorat de la presse tend à s'éroder, ce qui a pour effet d'affaiblir la possibilité de dégager des revenus éditoriaux substantiels. Sa diffusion totale annuelle est ainsi passée de 6,6 milliards d'exemplaires en 1985 à 3,6 milliards en 2016 (Cagé et Huet, 2021). Conséquemment, la pérennité de certains titres est compromise. Le modèle économique consistant à proposer des contenus d'actualité moyennant paiement se heurte de plus à la culture de la gratuité qui s'est développée au cours des dernières décennies (Chupin, Hubé *et al.*, 2009) et se matérialise dans les journaux gratuits à l'image de *Métro* ou de *20 Minutes* (Augey, Vaissade *et al.*, 2006), ainsi que dans les multiples acteurs proposant de l'information gratuitement en ligne (blogs d'actualité, agrégateurs d'articles et de dépêches, RSN, *etc.*). Cette concurrence directe peut évidemment influencer négativement sur la propension du public à payer pour accéder à l'information.

Les revenus éditoriaux peuvent aussi concerner certaines entreprises audiovisuelles. Ce n'est pas le cas des entreprises radiophoniques : la radio constitue en effet un bien public pur : une fois un foyer équipé d'un récepteur, il n'a plus à payer pour consommer des programmes. En revanche, quelques chaînes de télévision se proposent comme des biens publics avec exclusion, offrant leurs contenus moyennant paiement. Ce modèle s'est notamment développé dans le sillage de *Canal+* en France, qui a été la première chaîne à péage de l'audiovisuel français. Le principe sous-jacent de ces offres est que les téléspectateurs vont être disposés à payer pour accéder à des contenus présentant une certaine capacité d'attraction : à l'image du sport ou cinéma ou de contenus hyperspécialisés (ex. musique classique). L'offre audiovisuelle payante est structurée autour de plusieurs modalités d'accès, donnant lieu à des rémunérations variables pour les chaînes concernées (Le Champion, 2018) : l'acquittement d'un forfait, dont le montant est fixé indépendamment du temps passé à la regarder ; l'abonnement à un bouquet de chaînes auprès de câblo-opérateurs ou de fournisseurs d'accès Internet (FAI) ; le paiement à l'acte donnant accès à un programme spécifique (vidéo à la demande).

5.1.2.2. *Les revenus publicitaires*

Depuis près de 200 ans, les médias imprimés recourent à la publicité, qui leur permet de couvrir les coûts de production, et de vendre leur production à un prix faible (Sonnac et Gabszewicz, 2013). C'est dans cette perspective que l'essentiel des titres de presse, des quotidiens aux magazines, alloue une partie de sa surface aux petites annonces payantes et aux publicités. Comme le souligne Julia Cagé (2015), le recours aux recettes publicitaires à fins de financement des entreprises de presse fait l'objet de deux lectures antagonistes. Des contempteurs y voient un moyen pour les annonceurs d'exercer une influence sur le contenu des informations produites par les médias. D'autres considèrent au contraire que la publicité permet aux titres de conserver leur indépendance et de traiter l'information de manière équilibrée et sans compromission. Quelle que soit l'interprétation que l'on privilégie, Julia Cagé insiste sur la diminution de l'importance des dépenses publicitaires dans le PIB des économies occidentales. Cette tendance s'explique à la fois par l'émergence de dépenses *marketing* concurrentes (le *marketing direct*, notamment) et l'effondrement du prix des espaces publicitaires causé par leur démultiplication, notamment liée à l'essor du numérique. L'économiste note par ailleurs que les grands acteurs du web captent dorénavant la moitié du marché publicitaire, au détriment des médias traditionnels. Ceci porte un coup supplémentaire aux médias écrits, qui voyaient déjà leurs recettes publicitaires diminuer depuis de nombreuses années, sous l'impact de la concurrence de la radio et de la télévision. Dans ce contexte, la part des revenus publicitaires dans le chiffre d'affaires des journaux s'érode sensiblement : elle est ainsi passée de 45% en 2000, à 35% en 2015 (Cagé, 2015).

Les recettes publicitaires sont les principales sources de financement des chaînes audiovisuelles privées diffusées gratuitement, en radio et télévision. Pour les chaînes du service public et les chaînes à péage, ces recettes représentent une source de financement complémentaire. Rémy Le Champion (2018) souligne le renversement qui s'est opéré sur le marché publicitaire dans les dernières années. La télévision était en effet le premier poste pour les investissements publicitaires entre 2009 et 2015. Le numérique a pris le pas en 2016, en devenant le premier poste pour les investissements publicitaires en France. Au même titre que les médias imprimés, la

télévision et la radio subissent donc la concurrence du numérique et la chute du prix des espaces publicitaires.

Deux types de recettes peuvent donc être dégagés. Les recettes éditoriales correspondent aux revenus dégagés auprès du public, par l'abonnement ou la vente unitaire. Les recettes publicitaires sont les revenus tirés des annonceurs faisant le choix de diffuser leurs petites annonces et publicités à travers un média donné. Comme je l'ai cependant souligné, l'essor du numérique a engagé des dynamiques qui fragilisent ces recettes. La culture de la gratuité érode la propension à payer du public, fragilisant la capacité des médias à dégager des recettes éditoriales substantielles. Les médias traditionnels subissent par ailleurs de plein fouet la concurrence directe des espaces numériques sur le marché publicitaire. Les souscriptions et le financement participatif ont pour vertu de pouvoir compléter ces deux recettes, si celles-ci se révèlent insuffisantes pour permettre à un média donné d'atteindre l'équilibre.

5.1.2.3. Souscriptions et financement participatif, des recettes complémentaires pour les médias

À l'image de *L'Humanité*, certains médias en appellent régulièrement à leurs lecteurs afin que ces derniers apportent une aide financière permettant de compléter les revenus éditoriaux et les revenus publicitaires. Ces dons ont ainsi pour vocation de permettre la pérennité des titres. Les logiques de souscription sont anciennes : *L'Humanité* a ainsi lancé sa première opération en 1907, quand le quotidien d'extrême droite *Action française* y avait recours à compter de 1906 (Joly, 2006). La plateforme Presse et pluralisme²⁵¹ créée en décembre 2007 et gérée par la Caisse des dépôts a justement été instituée afin de faciliter les dons du public. Ceux-ci sont partiellement déductibles des impôts, à hauteur de 66% du don et dans la limite de 20% des revenus imposables. Le dispositif inclut des titres de natures variées, certains réputés d'extrême gauche (*L'Humanité*, le *Monde diplomatique*) quand d'autres sont attachés à une ligne éditoriale catholique (*Témoignage chrétien*, *l'Homme nouveau*).

²⁵¹ Site de Presse et Pluralisme. URL : <https://www.donspep.caissedesdepots.fr/>.

Le numérique a permis d’approfondir ces logiques de dons des particuliers vers les médias, à travers les opérations de financement participatif. Des journaux papier (*Nice Matin* en 2014) comme des *pure player* (*Les Jours* en 2015) en appellent ainsi aux dons de leurs lecteurs ou lecteurs en devenir (Goasdoué, 2017), les contributions pouvant donner lieu à des gratifications matérielles ou symboliques. Le recours au financement participatif correspond à l’un des quatre cas de figure suivant : création d’un média, sauvetage d’un titre en difficulté, diversification ou coup-par-coup. Dans ce dernier cas de figure, le recours aux dons est intégré comme une source structurelle de financement, et les appels à participation ont vocation à être réguliers. Deux limites à ce mode de financement sont avancées par Guillaume Goasdoué (2016, 2017). La première est que, contrairement à ce que l’expression anglophone *crowdfunding* laisse entendre, le nombre de contributeurs à ces campagnes est généralement faible, et que les sommes récoltées par ce biais restent elles aussi peu importantes. Pour le chercheur en information-communication, les dons ne peuvent donc suffire et constituer le principal mode de financement adopté par les médias conventionnels. La seconde est que le financement par le public n’ouvre pas – en l’état – la porte à un renouveau dans le mode de gouvernance des médias. Le public se voit ainsi assigner une fonction qui est limitée au rôle de donateur, dont l’influence sur les décisions prises par le titre est nulle.

5.1.3. Le pluralisme : un enjeu économique et politique

5.1.3.1. Concentration et pluralisme

À compter des années 1980, et suivant l’adoption de lois allégeant les règles encadrant la participation au capital des entreprises médiatiques, de grands groupes industriels ont investi dans des titres de presse et des médias audiovisuels (Sedel, 2019). Ces entrées au capital ont été prolongées depuis lors, et accompagnées de logiques de concentration, ceci au détriment de l’actionnariat familial (Cagé, 2017). Tant et si bien que

« le capital d’un très grand nombre d’entreprises médiatiques appartient à des groupes initialement spécialisés dans les secteurs du BTP (Bouygues), du luxe (Arnault, Pinault), de l’armement et de l’aéronautique (Dassault, Lagardère), du transport, de la logistique et de l’énergie (Bolloré), de la banque et de la finance (Rothschild, Crédit

Mutuel, Crédit Agricole) [et] de la téléphonie (Orange, Bouygues) » (Chupin et al., 2009, p. 107-108).

Ce constat, qui concerne aussi bien les médias nationaux que régionaux, est partagé par Julie Sedel (2019). La sociologue montre en effet qu'une variété de médias privés, dans la presse et l'audiovisuel, sont détenus par une petite dizaine de groupes majeurs.

La présence de ces acteurs économiques présente un intérêt non négligeable : fournir en capitaux un secteur qui en manque structurellement. Mais elle soulève aussi deux problèmes (Chupin et al., 2009). D'abord, l'investissement dans les médias peut être entendu comme un levier visant à exercer une influence sur les pouvoirs publics et allant dans le sens de leurs intérêts industriels. Par ailleurs, ces acteurs peuvent chercher à maximiser les profits tirés de l'exploitation des entreprises médiatiques. Dans ce sens, ils peuvent mettre en œuvre des actions de *lobbying* visant à libéraliser plus encore le secteur, au détriment des éditeurs indépendants déjà caractérisés par une certaine fragilité économique.

5.1.3.2. L'État et les médias en France : encourager le pluralisme par différents dispositifs

L'État français intervient sur le marché médiatique pour encourager les conditions du pluralisme médiatique. De ce fait, l'information médiatique est un bien réputé « sous-tutelle » (Sonnac et Gabszewicz, 2013). Au-delà de la définition d'un cadre légal entourant les activités médiatiques, l'intervention économique de l'État dans le secteur consiste dans les aides versées à la presse, ainsi que le financement du service public audiovisuel.

5.1.3.2.1. Les aides à la presse

On distingue deux catégories parmi les aides de l'État à la presse : les aides indirectes et les aides directes. Les premières représentent l'essentiel des aides économiques apportées au secteur, et désignent des dispositifs fiscaux : le taux de TVA réduit à 2.1% pour les titres et différentes modalités de déduction fiscale pour les entreprises de presse (Le Floch et Sonnac, 2013). Le montant total représenté par ces différentes modalités relevant des aides indirectes est fluctuant, et varie en fonction des modes de calcul adoptés. Ainsi, leur montant était évalué à 266 millions en 2013, quand la Cour des comptes arrivait elle à un total de 2 milliards d'euros.

Les aides directes correspondent à des lignes budgétaires définies pour l'État. On y distingue trois catégories. Les aides à la diffusion vont ainsi permettre la réduction des tarifs SNCF pour le transport de la presse, des envois par la Poste ou encore du portage. Les aides au pluralisme consistent en des sommes allouées aux titres de la presse quotidienne nationale et régionale offrant des informations générales et politiques, et ne parvenant pas à obtenir suffisamment de revenus publicitaires (publicités et petites annonces). En 2013 et au niveau national, *L'Humanité* était le plus gros bénéficiaire de cette aide, avec 3.1 millions d'euros en 2013. Suivaient notamment *La Croix* et *Libération*, avec 2.9 millions (Le Floch et Sonnac, 2013). La troisième catégorie est celle des aides à la modernisation. Elle a été réformée en 2012, avec la création du Fonds stratégique pour le développement de la Presse qui renvoie à trois objectifs : soutien à la modernisation industrielle (imprimeries et systèmes rédactionnels) ; promotion des innovations technologiques de la presse en ligne ; et financement des actions visant à élargir le lectorat.

Si le système français est particulièrement complexe, et à bien des égards imparfait, Julia Cagé (2015) souligne que l'essentiel des démocraties occidentales a mis en place des systèmes d'aides, y compris les très libéraux États-Unis. Les calculs de l'économiste montrent par ailleurs que les aides représentaient 13.6% du chiffre d'affaires de la presse quotidienne dédiée à l'information générale et politique (PQN et PQR), mais 5.3% de l'ensemble de la presse régionale et nationale. Pour certains titres comme *L'Humanité* cependant, ces aides représentent plus d'un cinquième du chiffre d'affaires, et elles jouent donc un rôle crucial. Surtout, elle note que le montant représenté par le total de ces aides est largement compensé par les impôts et taxes auxquels les rédactions sont assujetties. Aussi les aides à la presse telles qu'elles sont mises en place en France permettraient de faire fi de certains des mécanismes de marché en autorisant à certains titres de maintenir leur activité en dépit de difficultés économiques structurelles (par ex. *L'Humanité*). À ce titre, elles seraient effectivement des outils ayant une certaine efficacité en faveur du pluralisme. Ces aides ne seraient par ailleurs pas fondées sur un non-sens économique : en permettant le maintien de l'activité de certains titres, l'État dégage des recettes fiscales qui compensent les montants engagés.

5.1.3.2.2. *Le service public audiovisuel*

La notion de service public audiovisuel renvoie à la prise en charge et au financement par la collectivité de services de radiodiffusion et de télédiffusion, afin de répondre à un besoin considéré comme d'intérêt général (Derieux, 2015). La loi du 29 juillet 1982 fixe les missions suivantes pour les chaînes concernées : fournir une information honnête, indépendante et pluraliste, ainsi que des programmes assurant le divertissement, l'éducation et la culture du public.

La principale ressource mobilisée pour financer ce service public est la contribution à l'audiovisuel public, à laquelle sont assujettis les foyers disposant d'au moins un téléviseur. En France, elle se situe dans la moyenne basse européenne avec un montant de 138 euros. S'y ajoute la Taxe sur les opérateurs de communications électroniques (TOCE), créée en 2009, afin de compenser le manque à gagner causé par la suppression de la publicité après 20 heures sur les chaînes du groupe France Télévisions (Le Champion, 2018). Deux tendances peuvent participer à affaiblir le principe du financement indirect du service public audiovisuel par les citoyens. La première est l'augmentation de l'offre de chaînes privées, qui a pour conséquence d'éroder le consentement à s'acquitter de la contribution à l'audiovisuel public. La seconde est le recul du taux d'équipement en téléviseurs chez les ménages, au profit d'écrans *autres* : ordinateurs, tablettes et smartphones.

Les entreprises médiatiques, parce qu'elles sont caractérisées par d'importants coûts fixes, s'inscrivent donc dans les industries de prototype. L'essor du numérique a modifié la structure et l'importance des coûts, mais n'a pas bouleversé une donnée ; produire de l'information de qualité est coûteux (Cagé, Hervé *et al.*, 2017). L'importance nouvelle de l'informatique connectée a, *a contrario*, eu pour conséquence la fragilisation des recettes éditoriales et publicitaires des médias, ce qui est particulièrement criant dans le cas de la presse imprimée. Les médias traditionnels d'information constituent donc un secteur en crise. De grands groupes industriels peuvent y investir, abondant les rédactions en capitaux. Cependant, ces apports ne doivent pas être interprétés comme de simples actes de mécénat : ils découlent de décisions menées dans une perspective stratégique et visant notamment à gagner une influence économique et industrielle. À la crise économique qui touche le secteur s'ajoute donc un risque de concentration, qui pourrait peut-être faire sens d'un point de vue économique, mais condamnerait le pluralisme médiatique estimé

nécessaire dans les sociétés démocratiques. L'intervention de l'État auprès des médias a justement pour effet de l'encourager. C'est à cette fin qu'est financé le service public audiovisuel et que sont mis en place des dispositifs d'aides directes et indirectes à destination des médias imprimés. Comme je vais le souligner, les principes économiques qui régissent la production d'information pour les médias *mainstream* fait l'objet d'abondantes critiques dans les discours des acteurs de la réinformation.

5.2. Le regard des acteurs de la réinformation sur les modes de financement des médias *mainstream*

J'expose ici certains des éléments de la critique économique des médias *mainstream* portée par les acteurs de la réinformation. Je me concentre pour ce faire sur les productions discursives de plusieurs des acteurs de mon corpus. Ce faisant, j'approfondis certains des points précédemment mentionnés à l'occasion de l'analyse des textes de *Polémia* (Chapitre 1).

5.2.1. La publicité, jugée outil d'influence et de déstabilisation des valeurs traditionnelles

Je l'ai précédemment mentionné, le financement des médias par la publicité, en tout ou partie, fait l'objet de deux lectures antagonistes (Cagé, 2015). Quand certains voient dans la manne publicitaire le moyen d'assurer l'indépendance des productions journalistiques, d'autres la perçoivent comme un moyen d'influencer les lignes éditoriales en fonction des intérêts des annonceurs. Comme l'illustrent les développements suivants, la lecture des médiactivistes de réinformation s'insère dans la seconde catégorie.

Le cas du *Figaro Magazine*, précédemment évoqué (Chapitre 1), est ainsi exemplaire du rapport des médiactivistes à la publicité²⁵². Le chapitre consacré à la « laisse

²⁵² Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique : les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013 ; Jean-Yves Le Gallou, *La désinformation publicitaire*, ed. Via Romana, 2014.

publicitaire » au sein de la *Tyrannie médiatique* commence par cet exemple, dans lequel il est expliqué que c'est sous la pression des annonceurs que le positionnement éditorial du titre a été modifié, au détriment des membres de la Nouvelle droite qui l'animaient. La suite expose des cas dans lesquels les annonceurs ont exercé – ou souhaité exercer – une influence dans la manière dont leur activité était traitée par des médias *mainstream* (depuis l'*Humanité* jusqu'à la chaîne de télévision M6). La pression des annonceurs sur les médias serait telle que « un sujet, même passionnant ou original, peut être rejeté au motif qu'il ne cadre pas avec les objectifs des partenaires publicitaires²⁵³ ». La volonté de contenter les annonceurs aurait une conséquence sur les choix éditoriaux des médias *mainstream* : ils privilégieraient les contenus de divertissement aux informations.

Cependant, la critique de la publicité ne se limite pas à la dénonciation de l'immixtion des annonceurs dans les lignes éditoriales. Ainsi Jean-Yves Le Gallou et Polémia publient-ils en 2014, chez Via Romana, *La désinformation publicitaire*²⁵⁴, fascicule reprenant les développements de la sixième Journée de la réinformation. Les arguments des différents contributeurs concernent ici en premier lieu la subversion portée par la publicité. Celle-ci formaterait les citoyens en vue d'en faire des consommateurs et véhiculerait des valeurs opposées à celles défendues par les animateurs de la fondation (« métissage », « homoparentalité », remise en question des assignations genrées, etc.) :

« [L]a promotion du métissage ou de la "diversité" (promotion des couples mixtes, des hommes de couleur), de "l'antiracisme" (ex. Jean-Paul Goude) ; la modification de l'image de l'homme (inversion des rôles masculin/féminin ; les catalogues de jouets "dégenrés" ; les petits garçons qui jouent à la poupée) ; la valorisation de "l'homoparentalité" ; la valorisation du mode de vie américain et de la société mondialisée ; la déconstruction/provocation des valeurs nationales (ex. Benetton)²⁵⁵ ».

Aussi les critiques relatives à la publicité touchent-elles deux dimensions. La première concerne l'influence que les annonceurs peuvent avoir sur les lignes éditoriales des médias dans lesquelles apparaissent leurs publicités. La maxime « qui paie commande²⁵⁶ » présentée dans *La tyrannie médiatique* a justement pour objet

²⁵³ Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique : les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, 53.

²⁵⁴ Jean-Yves Le Gallou, *La désinformation publicitaire*, ed. Via Romana, 2014.

²⁵⁵ *Ibid.*, p. 9.

²⁵⁶ Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique : les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, 55.

de laisser entendre que les lignes éditoriales des médias sont désormais fixées par les annonceurs. La seconde dimension touche aux valeurs véhiculées par la publicité, estimées incompatibles avec les valeurs ultra-conservatrices promues par les médiactivistes.

5.2.2. Les médias, outils d'influence des grands groupes industriels

Comme précédemment indiqué (Chapitre 1), une brochure proposée par *Polémia* traite de la question de l'influence des puissances économiques sur le secteur médiatique, *Les médias en servitude*²⁵⁷. Postulant que « les médias asservissent et [...] sont eux-mêmes asservis aux grandes puissances financières²⁵⁸ », le document identifie cinq catégories d'acteurs dont l'influence sur les médias – et, partant, sur les esprits – est estimée préjudiciable. On trouve dans ce groupe les banques, ainsi que l'industrie du luxe et les grandes fortunes²⁵⁹. Les développements proposés par les auteurs de la brochure ont alors pour objet de faire état de l'omniprésence des grands groupes industriels et financiers au capital des entreprises médiatiques, leur permettant « [d'exercer] une influence prépondérante sur la vie sociale et politique de notre pays²⁶⁰ », depuis les médias nationaux (*Libération*, *Le Monde*, *Europe 1*) jusqu'aux titres de la presse quotidienne régionale. Ces investissements dans les médias sont entendus comme « le moyen [...] d'exercer un lobbying réussi, en matière industrielle, mais aussi politique, voire sociétale²⁶¹ ». C'est dans cette perspective que la brochure se termine avec une reprise du discours de Jean-Yves Le Gallou à l'occasion de la seconde cérémonie des Bobards d'or, que je reproduis ici partiellement.

« Mais qui donc contrôle les médias ? La réponse est simple : les banques, les oligarques de la superclasse mondiale (SCM) et les mercenaires intellectuels qui les servent. Il y a donc une verticale du pouvoir dans ce qu'on appelle les démocraties occidentales : les grandes puissances financières y contrôlent l'opinion par l'intermédiaire des médias, des campagnes de communication et de la publicité. Car contrairement à ce qu'on nous raconte, le pouvoir ne vient pas d'en bas dans les démocraties libérales occidentales. À de rares exceptions près

²⁵⁷ Polémia et Claude Lorne, *Les médias en servitude*, 2011.

²⁵⁸ *Ibid.*, p. 7.

²⁵⁹ Les autres catégories à l'influence délétère sont « les grandes agences de communication et de publicité », les « paladins de "l'antiracisme", et finalement les « grands éditocrates ».

²⁶⁰ *Ibid.*, p. 13.

²⁶¹ *Ibid.*, p. 22.

– là où il y a des référendums d'initiative populaire, cette potion magique du peuple – le pouvoir n'appartient plus au peuple mais aux grands oligarques. Ce sont eux qui contrôlent la fabrication de l'opinion et l'offre électorale dominante. [...] Quel est le point commun entre un journaliste du Monde, du Courrier picard, de Libération ou de Vosges matin ? Ce sont tous indirectement des employés de banque ! Alors vous avez sûrement beaucoup de considération pour le conseiller de clientèle que votre banque a mis à votre service. Il peut occasionnellement vous apporter des informations utiles. Mais vous savez qu'il sert d'abord ses intérêts et celui de son employeur. Eh bien, un journaliste, c'est un peu pareil ; c'est un peu comme le « conseiller de clientèle » de votre banque : l'information qu'il vous donne est « orientée », partielle, partielle, biaisée. Les grands médias ne gagnent guère d'argent. Au contraire, ils en perdent. Ceux qui investissent dans les médias n'en attendent donc pas une rétribution financière immédiate ; non ils visent à acquérir du pouvoir, de l'influence. Voilà pourquoi, contrairement à ce qu'ils prétendent, les grands médias ne sont pas des médias d'information mais des médias d'influence. Ce sont des prescripteurs d'opinion : ils ne cherchent pas à aider à comprendre mais à faire croire²⁶² ».

À rebours de la fonction d'information du public, les médias, essentiellement contrôlés par « les banques » et « les oligarques » seraient ainsi en premier lieu les moyens d'exercer une influence sur l'opinion. Dans ce cadre, les journalistes n'auraient pas pour mission première de renseigner leur public, mais de l'influencer en servant les intérêts des actionnaires des médias pour lesquels ils travaillent, en fournissant une information « orientée, partielle, partielle et biaisée ». Cette perspective est poursuivie à l'occasion des cinquièmes journées de la réinformation, auxquelles était invité Benjamin Dormann, auteur de l'ouvrage *Ils ont acheté la presse*²⁶³. La synthèse de son intervention destinée aux internautes liste alors les domaines sur lesquels les actionnaires majoritaires de médias cherchent à exercer une influence au profit de leurs activités économiques : les dispositions légales encadrant leurs activités, la fiscalité, ainsi que l'obtention des marchés.

« Rares sont les journaux qui gagnent de l'argent. D'ailleurs, ce n'est pas ce que recherchent les propriétaires des journaux. Ce que la possession d'un journal leur apporte, ce n'est pas des dividendes, c'est de l'influence : de l'influence qui permet d'obtenir des législations

²⁶² Jean-Yves Le Gallou, « Allocution d'ouverture de Jean-Yves Le Gallou, président de Polémia », *Polémia*, 6 avril 2011. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=3675>.

²⁶³ Benjamin Dormann, *Ils ont acheté la presse. Pour comprendre enfin pourquoi elle se tait, étouffe ou encense*, ed. Picollec, 2012.

favorables à leurs activités, une fiscalité de complaisance pour leurs groupes financiers et des marchés (publics ou privés) de faveur²⁶⁴ ».

L'*Observatoire du journalisme* (OJIM), de son côté, propose plusieurs infographies permettant de rendre compte de l'omniprésence de certains acteurs économiques au capital des principaux médias français. Ces représentations servent notamment à détailler les activités des grands groupes actionnaires de médias (par ex. les groupes Dassault, Bolloré et Lagardère). Partant, elles ont pour objet de représenter l'ensemble des secteurs économiques dans lesquels interviennent ces acteurs. Elles permettent aussi de représenter la participation individuelle de grands dirigeants dans différentes entreprises, dont des entreprises médiatiques et de presse (Xavier Niel, Matthieu Pigasse, Daniel Kretinsky, *etc.*). Ces infographies se distinguent cependant des discours agoniques qui caractérisent une grande partie des productions des *watchdogs* de réinformation. La forme ici employée ne laisse en effet pas de place aux commentaires et privilégie les représentations graphiques. *De facto*, ces productions sont plus informatives qu'elles ne sont l'occasion de développer un discours de dénonciation. Les articles produits sur la thématique de la concentration par l'OJIM laissent par contre une place importante à l'écriture agonique, et, *in fine*, à la mise à l'index des grands industriels entrant au capital de médias. Comme dans les textes de *Polémia*, ces investissements sont avant tout présentés comme des moyens de gagner en influence pour ces grands groupes économiques et financiers. En témoignent par exemple un article écrit en 2013 et relatif aux stratégies médiatiques du groupe Bolloré, ou un second traitant de l'investissement dans *Le Parisien* de Bernard Arnault. Dans le premier cas, les investissements dans les médias conduits par le milliardaire sont interprétés comme un « instrument d'influence » pour celui qui « bouffe [politiquement] à tous les râteliers, du moment que ses intérêts industriels stratégiques sont servis²⁶⁵ ». Dans le second, le choix du groupe LVMH d'entrer au capital du *Parisien* est présenté de la manière suivante :

« si Bernard Arnault investit des sommes importantes dans les médias, ce n'est pas pour dégager un profit mais pour gagner en influence. Une

²⁶⁴ Polémia, « Presse écrite : des milliardaires la dirigent, les contribuables la financent », *Polémia*, 29 octobre 2012. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=5179>.

²⁶⁵ OJIM, « [Dossier] Bolloré : un empire médiatique pour quoi faire ? », *Observatoire du Journalisme*, 20 juin 2013. URL : <https://www.ojim.fr/bolloré-un-empire-médiatique-pour-quoi-faire/>.

influence qui lui permet de défendre à la fois son empire économique et de se faire quelques amitiés utiles en politique²⁶⁶ ».

Polémia et l'*OJIM*, deux contre-médias se consacrant – en tout ou partie – au commentaire de l'actualité des médias partagent donc la même interprétation des investissements dans la presse et l'audiovisuel par de grands groupes industriels. Il s'agirait pour ces acteurs économiques majeurs d'exercer une influence économique et politique. À l'extérieur des frontières françaises, l'exemple de Georges Soros²⁶⁷ – figure honnie de l'extrême droite à travers le globe, et donnant lieu à une production importante, chez *Polémia* comme l'*OJIM* – est exemplaire de ces logiques. Présenté comme un acteur apportant des fonds à toutes les initiatives « [affaiblissant] les notions d'État et de souveraineté », il aurait ainsi investi « plus de 103 millions de dollars depuis les années 2000 [dans le secteur médiatique] afin de promouvoir son agenda et sa vision du monde²⁶⁸ ».

Les productions discursives émanant du monde de la réinformation semblent donc mettre à l'index la publicité. Comme je le montrerai cependant, certains des contre-médias du corpus adoptent en réalité ce mode de financement.

5.2.3. L'État et le pluralisme, un objectif dévoyé

5.2.3.1. Le service public

« 138 euros pour financer cette merde ! ». C'est dans ces termes qu'un des participants du Forum de la dissidence de novembre 2018 exprimait sa critique de l'audiovisuel public²⁶⁹. Si cette saillie peut être approchée comme anecdotique, elle s'insère en réalité dans une logique de dénonciation des médias de radiodiffusion et télédiffusion du service public commune et récurrente chez les médias de réinformation. Cette dernière recouvre deux dimensions généralement imbriquées ; la critique de la redevance – de son principe, de son montant et de ses bénéficiaires

²⁶⁶ OJIM, « Bernard Arnault / LVMH injecte 440M€ dans les finances du Parisien », *Observatoire du Journalisme*, 22 février 2019. URL : <https://www.ojim.fr/bernard-arnault-lvmh-injecte-440me-dans-les-finances-du-parisien/>.

²⁶⁷ Financier américain d'origine hongroise, Georges Soros est l'initiateur de l'Open Society Institute dont la vocation est « de faire évoluer les sociétés fermées dans le sens de l'ouverture », en premier lieu dans les pays d'Europe de l'Est (OCDE, 2003).

²⁶⁸ OJIM, L'influence de Georges Soros sur les médias américains », *Observatoire du Journalisme*, 12 novembre 2016. URL : <https://www.ojim.fr/dossier-linfluence-de-georges-soros-sur-les-medias-americains/>. Voir aussi OJIM, « Project Syndicate et Soros : vers une opinion publique mondiale unifiée », *Observatoire du Journalisme*, 12 août 2021. URL : <https://www.ojim.fr/project-syndicate-et-soros-vers-une-opinion-publique-mondiale-unifiee/>.

²⁶⁹ Notes de terrain, Forum de la dissidence, table ronde « De la censure à la liberté ». 17 novembre 2018.

–, ainsi que de l’orientation idéologique des médias financés par ce biais. La critique de l’audiovisuel public répond ainsi à deux logiques entremêlées, la défiance à l’égard de l’impôt, exploitant une veine poujadiste, et l’accusation de biais idéologique porté aux journalistes et autres acteurs médiatiques.

C’est dans cette perspective qu’est créé en décembre 2016 un éphémère Collectif des usagers des médias de service public de l’audiovisuel (CUSPA), dont le responsable n’est autre que le directeur de publication de l’*OJIM*. Cette initiative permet tout à la fois de souligner la multipositionnalité²⁷⁰ de certains des acteurs de la réinformation et le phénomène de sur-activisme numérique de l’extrême droite, notamment souligné par Stéphane François (2018). La page d’accueil du site du collectif en appelle à « mettre fin à la mainmise de l’idéologie gauchisante sur l’appareil audiovisuel d’État [et à rétablir le] pluralisme de l’information²⁷¹ ». Les premiers articles consistent alors notamment en des reprises des contenus de l’*OJIM*, ainsi que dans des reprises de billets produits par des sites tiers, à l’image de celui de Gilles-William Goldanel – avocat du collectif – pour *FigaroVox*²⁷². À l’occasion de l’élection présidentielle de 2017 le collectif publie une pétition appelant à « rétablir le pluralisme des opinions dans l’audiovisuel public²⁷³ », adressée à l’ensemble des candidats. Plusieurs contre-médias appartenant à mon corpus relaient cette pétition, qui obtient plus de 16.000 signatures, à l’image de *Dreuz Info*²⁷⁴, *Polémia*²⁷⁵ ou *Causeur*²⁷⁶. Les rédacteurs, qui se présentent comme les « copropriétaires du service public de l’audiovisuel²⁷⁷ » de par leur participation à la « redevance obligatoire » dénoncent ainsi le non-respect du pluralisme par France Télévision et Radio France qui imposeraient « une pensée convenue et

²⁷⁰ Ce point est développé dans le chapitre 7 consacré aux carrières médiactives.

²⁷¹ Le site a été supprimé. Il peut cependant être consulté à travers le service Web Archive.

²⁷² Gilles-William Goldanel, « Pour en finir avec l’idéologie gauchisante des médias publics », *FigaroVox*, 3 novembre 2016. URL : <https://www.lefigaro.fr/vox/societe/2016/11/03/31003-20161103ARTFIG00160-gilles-william-goldnadel-pour-en-finir-avec-l-ideologie-gauchisante-des-medias-publics.php>.

²⁷³. Pétition « Rétablissons le pluralisme des opinions dans l’audiovisuel public », *Change.org* : <https://www.change.org/p/c-u-s-p-a-r%C3%A9tablissons-la-pluralit%C3%A9-d-opinion-dans-l-audiovisuel-public>.

²⁷⁴ Dreuz Info, « Le Collectif des Usagers de l’Audiovisuel lance une pétition pour exiger le pluralisme de l’information dans le service public de l’audiovisuel », *Dreuz Info*, 9 février 2017. URL : <https://www.dreuz.info/2017/02/le-collectif-des-usagers-de-l-audiovisuel-lance-une-petition-pour-exiger-le-pluralisme-de-l-information-dans-le-service-public-de-l-audiovisuel-126129.html>.

²⁷⁵ Polémia, « Rétablissons le pluralisme des opinions dans l’audiovisuel public ! », *Polémia*, 11 février 2017. URL : <https://www.polemia.com/retablissons-le-pluralisme-des-opinions-dans-l-audiovisuel-public/>.

²⁷⁶ Gilles-William Goldanel, « Audiovisuel : rendez le service public au public ! », *Causeur*, 9 février 2017. URL : <https://www.causeur.fr/petition-service-public-pluralisme-information-42584.html>.

²⁷⁷ Les citations ici présentées sont issues de la pétition disponible sur change.org. Pétition « Rétablissons le pluralisme des opinions dans l’audiovisuel public », *Change.org* URL : <https://www.change.org/p/c-u-s-p-a-r%C3%A9tablissons-la-pluralit%C3%A9-d-opinion-dans-l-audiovisuel-public>.

monocoleure ». La « mobilisation scripturaire du nombre » (Granjon, 2002, p. 25) ici entreprise par les médiactiviste permet en outre de souligner la permanence d'un objectif mentionné plus haut dans cette thèse (Chapitre 1) : pousser à la réforme du système médiatique français.

Ces éléments de critiques transparaissent dans une grande partie des discours ordinaires des médiactivistes, ainsi que dans leurs productions. En attestent les exemples des discours tenus à l'occasion des Bobards d'or, ainsi que des productions de l'OJIM et de *TV Libertés*. À l'occasion de l'édition 2016 des Bobards d'or, Jean-Yves Le Gallou en appelle ainsi à une posture dissidente consistant à « casser les téléviseurs pour cesser de payer la redevance²⁷⁸ ». *France Inter*, station relevant de la radiodiffusion publique, va de son côté représenter une cible de choix pour l'OJIM, notamment par l'entremise des portraits consacrés aux humoristes de la station. Celle-ci est ainsi décrite comme « le moule du politiquement correct²⁷⁹ », le refuge de « l'humour autorisé et gauchiste²⁸⁰ » ou encore l'ancre « de l'humour soutenu par le pouvoir de gauche pour dézinguer – aux frais des contribuables – tous ses opposants politiques ou idéologiques²⁸¹ ». Certaines des campagnes de levées de fond de *TV Libertés* exploitent elles aussi la thématique d'une contribution à l'audiovisuel public employée à des fins idéologiques par des acteurs réputés de gauche, et activent des thèmes poujadistes, à l'image de la campagne « 139€ pour se faire insulter : Ripostons ! » :

« Nous payons 139 euros de redevance audiovisuelle pour financer France Télévision, dont le budget est de près de 4 milliards d'euros. 139 euros pour que France Télévision nous vende un monde dont nous ne voulons pas [...]. Sans aucune sanction, mais avec les 139 euros de nos impôts, la présidente de France Télévision poursuit sa politique idéologique et veut imposer dès 2020 des clauses de diversité, des quotas. Mais la vraie diversité, Madame Ernotte, c'est donner la parole à la France de la province, à la France périphérique. À la France qui bosse et qui ne profite de rien ; à celle de Zemmour, interdit sur France 2. À celle qui est patriote, à celle qui est moquée, blessée ou humiliée par les Ruquier, Moix et consorts. Pour que votre argent ne contribue pas à financer les médias publics qui piétinent quotidiennement nos valeurs et

²⁷⁸ Jean-Yves Le Gallou, « Cérémonie des Bobards d'or – Discours de clôture de Jean-Yves le Gallou », *Polémia*, 16 mars 2016. URL : <https://www.polemia.com/cereemonie-des-bobards-dor-discours-de-cloture-de-jean-yves-le-gallou/>.

²⁷⁹ OJIM, « Charline Vanhoenacker, fer de lance de l'humour autorisé », *Observatoire du journalisme*, mis à jour le 17 septembre 2021. URL : <https://www.ojim.fr/portraits/charline-vanhoenacker/>.

²⁸⁰ OJIM, « François Morel, fer de lance de l'humour autorisé et gauchiste », *Observatoire du journalisme*, mis à jour le 12 octobre 2021. URL : <https://www.ojim.fr/portraits/francois-morel/>.

²⁸¹ OJIM, « Guillermo Guiz, l'humour sauce France Inter », *Observatoire du journalisme*, mis à jour le 19 avril 2017. URL : <https://www.ojim.fr/portraits/guillermo-guiz/>.

notre représentation du monde, offrez votre redevance à TV Libertés [...]»²⁸².

Les médiactivistes expriment ainsi une opposition de principe à l'audiovisuel de service public, accusé d'être un espace occupé par des acteurs de gauche et d'extrême gauche employant ces médias comme des plateformes idéologiques. C'est ainsi que le public des contre-médias de réinformation est fréquemment appelé à se soustraire à la contribution à l'audiovisuel public au profit des contre-médias de réinformation, comme le synthétise la formule de *Paris Vox*, « ne financez pas le système, donnez pour la réinformation !²⁸³ ».

5.2.3.2. *Les aides à la presse*

Comme je l'ai noté, la volonté d'encourager le pluralisme médiatique encourage l'État à intervenir dans le secteur, en fixant un cadre juridique pour les entreprises audiovisuelles et de presse, mais aussi en apportant des aides directes et indirectes à la presse écrite. Ces aides, et notamment les aides directes, font l'objet de critiques fréquentes dans les productions discursives des réinformateurs. La référence à l'ouvrage de Benjamin Dormann permet donc de dénoncer l'influence qu'exerceraient les grands groupes économiques et financiers par le biais des médias. Elle est aussi le moyen d'asséner que ce ne sont pas ces grands actionnaires qui les financent, mais les contribuables français.

« Le pire, c'est que cette influence, qui permet à quelques grandes fortunes puissantes de gagner beaucoup d'argent, c'est l'ensemble des Français qui la leur paie. Car la presse écrite coûte près de deux milliards d'euros aux contribuables à la fois sous la forme de niches fiscales et de subventions²⁸⁴ »

C'est ainsi que la *Tyrannie médiatique* en appelait en 2013 à supprimer les aides à la presse, introduites sous l'expression de « nouveaux privilèges de l'oligarchie médiatique²⁸⁵ ». Sous la plume de Jean-Yves Le Gallou, cette mesure aurait pour vertu de permettre un meilleur développement des médias alternatifs, ainsi que d'une presse portée en premier lieu par ses lecteurs. L'exemple du Danemark est alors

²⁸² TV Libertés, « 139€ pour se faire insulter : Ripostons ! », Vimeo, 12 décembre 2019. URL : <https://vimeo.com/379047585>.

²⁸³ Site de *Paris Vox*. URL : <https://www.parisvox.info/faire-un-don/>.

²⁸⁴ Polémia, « Presse écrite : des milliardaires la dirigent, les contribuables la financent », *Polémia*, 29 octobre 2012. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=5179>.

²⁸⁵ Jean-Yves Le Gallou, *La tyrannie médiatique: les assassins de l'information*, ed. Via Romana, 2013, 337.

invoqué comme représentant un contre-modèle vertueux dans lequel le lectorat est vigoureux. Ceci quand bien même le pays propose en réalité lui aussi des aides directes et indirectes à sa presse écrite, et voit le nombre de lecteurs de médias papier – et d’abonnés – s’éroder (Willig, 2013). La critique de ces aides conduit les médiactivistes à se référer à la presse *mainstream* sous l’expression de « presse subventionnée²⁸⁶ ».

L’*Observatoire du journalisme*, du fait de sa fonction de *watchdog* consacré aux médias et aux journalistes accorde les développements les plus importants à la question du montant total représenté par les aides directes et indirectes, ou encore de l’allocation de ces aides²⁸⁷. Ses articles sont notamment l’occasion de pointer du doigt la captation par les journaux les plus proéminents – généralement adossés à de grands groupes industriels ou financiers – d’une grande partie des sommes dégagées par l’État. Cette critique n’est pas inédite, et on la trouve aussi sous la plume de critiques réputés de gauche, par exemple sur le site d’*Acrimed*²⁸⁸. Cependant, il faut noter que l’*OJIM* n’expose dans aucun de ses articles consacrés à la question les raisons pour lesquelles ces aides ont été instituées : le maintien d’un pluralisme idéologique et éditorial dans le secteur des médias écrits. Est plutôt privilégiée une approche visant à présenter leur obtention comme le résultat de jeux de cooptation et de favoritisme entre acteurs politiques et économiques. C’est dans cette perspective qu’est expliquée l’obtention par le groupe *La Dépêche du Midi* de Jean-Michel Baylet d’une subvention substantielle du Fonds stratégique pour le développement de la presse : « pour obtenir une jolie subvention, il faut des relations²⁸⁹ ». De la même façon, l’enveloppe de 13,6 millions d’euros allouée au *Parisien/Aujourd’hui en France* en 2019 est justifiée comme suit :

²⁸⁶ Jean-Yves Le Gallou, « Cérémonie des Bobards d’or – Discours de clôture de Jean-Yves le Gallou », *Polémia*, 16 mars 2016. URL : <https://www.polemia.com/ceremonie-des-bobards-dor-discours-de-cloture-de-jean-yves-le-gallou/>.

²⁸⁷ Voir notamment OJIM, « Aides à la presse 2012/2017 : les grands groupes trustent les aides », *Observatoire du journalisme*, 31 janvier 2019. URL : <https://www.ojim.fr/aides-a-la-presse-2012-2017-les-grands-groupes-trustent-les-aides/> ; OJIM, « Aides à la presse, le podium des plus riches », *Observatoire du journalisme*, 28 juin 2021. URL : <https://www.ojim.fr/aides-a-la-presse-le-podium-des-plus-riches/> ; OJIM, « Aides à la presse 2019 suite, essayons d’y voir plus clair », *Observatoire du journalisme*, 30 juin 2021. URL : <https://www.ojim.fr/aides-a-la-presse-2019-suite-essayons-dy-voir-plus-clair/>.

²⁸⁸ Voir par exemple Frédéric Lemaire, « Le clan des milliardaires accapare les aides à la presse », *ACRIMED*, 5 juillet 2021. URL : <https://www.acrimed.org/Le-clan-des-milliardaires-accapare-les-aides-a-la-recherche=aide%20a%20la%20presse>.

²⁸⁹ OJIM, « Aides à la presse, Baylet empoche encore 3.4M€ », *Observatoire du journalisme*, 5 octobre 2019. URL : <https://www.ojim.fr/aides-a-la-presse-baylet-empoche-encore-34me/>. Il faut noter que le nom du groupe de PQR n’est à aucun moment mentionné dans l’article, permettant d’interpréter l’obtention de cette aide comme le résultat de collusions individuelles.

« Il est vrai que Bernard Arnault, comme son gendre fortuné Xavier Niel, ne cache pas son amitié pour Emmanuel Macron, il n'y a pas que des ingrats dans le monde, pensée somme toute réconfortante²⁹⁰ ».

Ces articles permettent donc eux aussi d'activer un thème populiste, suggérant que les seuls bénéficiaires de ces aides sont les « gros » (Birnbaum, 2012), favorisés économiquement et politiquement.

Les aides à la presse font donc elles aussi l'objet de critiques émanant des médiactivistes. Le fait qu'une partie conséquente des aides est dirigée vers les titres détenus par de grands groupes économiques et financiers en capacité de les abonder financièrement est ainsi dénoncé. Comme précédemment noté, cette critique incorpore l'idée que leur attribution ne serait que le résultat de la proximité des élites économiques et financières avec les élites politiques, activant des thématiques populistes.

Ainsi, les principaux modes de financement adoptés par les médias *mainstream* ne trouvent pas grâce aux yeux des médiactivistes de réinformation. Dans leur perspective, la publicité comme l'entrée au capital des entreprises médiatiques de grands groupes économiques ou industriels représenteraient deux menaces. La première concerne le secteur médiatique, les annonceurs comme les actionnaires étant représentées comme des forces pouvant influencer la sélection des sujets et leur traitement par les rédactions. La seconde concerne un ensemble de valeurs valorisées par l'endogroupe réinformateur. La publicité conduirait en effet à une dissolution des valeurs traditionnelles au profit d'une marchandisation du monde. De plus, les patrons des grands groupes industriels sont suspectés d'insuffler des idées érodant les socles sur lesquelles reposeraient les sociétés occidentales, comme l'illustre l'exemple de Georges Soros précédemment mentionné. L'intervention de l'État dans le secteur médiatique est elle-même décriée. Cette critique touche en premier lieu les médias de service public, accusés de ne pas respecter le principe de maintien du pluralisme auquel ils sont tenus, au profit d'une représentation « de gauche » de l'information. Cette représentation conduit les médiactivistes à inviter leur public à se soustraire à la contribution à l'audiovisuel public. Je l'ai précédemment illustré, la référence à cette contribution est invoquée dans les appels

²⁹⁰ OJIM, « Aides à la presse, le podium des plus riches », *Observatoire du journalisme*, 28 juin 2021. URL : <https://www.ojim.fr/aides-a-la-presse-le-podium-des-plus-riches/>.

aux dons, dans lesquels les représentants des contre-médias s’opposent à la « presse subventionnée », c’est-à-dire la presse conventionnelle. La seule modalité de financement des médias *mainstream* qui trouve grâce aux yeux des médiactivistes est donc l’obtention de recettes éditoriales.

5.3. Traduire économiquement l’engagement

5.3.1. Ressources nécessaires et structure des coûts

Les coûts engagés par les différents contre-médias de réinformation représentent des sommes variables, dépendant notamment de la nature de leurs offres (textes, vidéos, *etc.*), des statuts des médiactivistes impliqués et de l’éventuel recours à des personnels de renfort (Tableau 14). Peu de contre-médias présentent sur leurs sites le détail des dépenses qu’ils engagent en précisant les postes. De fait, au cours de mes observations en ligne, seul le site *Média Presse Info* détaillait en janvier 2022 les sommes représentées par les différents postes de dépenses induits par son activité (Annexe 10). Les entretiens ont été l’occasion d’interroger les médiactivistes sur les sommes engagées annuellement dans leur activité de production de contre-informations. Pour détailler la structure des coûts engagés dans les contre-médias de réinformation, je m’inspire des développements d’Howard Becker (2010, p. 89-111) relatifs à la mobilisation des ressources dans les mondes de l’art pour y distinguer deux catégories : les ressources matérielles et les ressources humaines.

Le Rouge et le Noir	<i>Pas de frais fixes</i>
Burdigala Presse	700€
ParisVox	1000€
Nice Provence Info	3000€
Résistance laïque	20 000 à 25 000€
Observatoire du Journalisme (OJIM)	30 000€
Polémia	80 000€ à 100 000€
TV Libertés	1 800 000€

Tableau 14 : Sommes engagées annuellement par les contre-médias, selon mes enquêtes

5.3.1.1. Ressources matérielles

À l'exception des blogs, le poste de dépense le plus commun concerne l'hébergement des contre-médias, leur maintenance et leur éventuelle refonte²⁹¹. Ces coûts sont essentiels, en ce qu'ils permettent de développer et de maintenir les infrastructures techniques sur lesquelles les médiactivistes vont s'appuyer pour proposer leurs contenus aux internautes. Les frais engagés sont alors généralement peu importants, représentant quelques centaines d'euros tous les ans, à l'image de la somme estimée par un des animateurs de *Paris Vox* :

« C'est quoi le coût par contre ? Parce que j'imagine qu'il y a un coût. Le coût, c'est l'avantage d'Internet, c'est qu'ils sont assez légers. Ça va être l'hébergement de cinq-six cents euros par an. Peut-être une ou deux interventions-mises à jour à deux cents... ouais.. Mille euros par an le site. Après, il bouge pas. En coût de fonctionnement techniques purs, je dirais que c'est ça à peu près » (Entretien avec Xavier, 20 juin 2019).

Dans quelques rares configurations cependant, les dépenses liées aux infrastructures numériques sont plus importantes. C'est par exemple le cas de *Riposte laïque*, site pour lequel l'hébergement, la maintenance et la sécurité représenteraient une somme de 10.000 euros tous les ans²⁹². L'importance de ces dépenses serait justifiée par la nécessité de mettre en œuvre des dispositifs coûteux permettant de se prémunir des attaques en ligne, apparemment nombreuses²⁹³. Parmi les dépenses d'infrastructure, il est aussi nécessaire de prendre en compte la possibilité pour les médiactivistes d'investir dans leurs propres serveurs, leur permettant d'être indépendants des hébergeurs et des GAFAM, et garantissant donc la pérennité de l'accès à leurs productions. *TV Libertés* aurait ainsi opté pour ce choix²⁹⁴, de la même façon que *Média Presse Info* (Annexe 10).

Un second type de ressources matérielles pouvant être mobilisées concerne les logiciels et l'équipement employé par les médiactivistes de réinformation, au-delà de leurs ordinateurs qui représentent évidemment eux-mêmes un investissement²⁹⁵.

²⁹¹ Dans les entretiens, seul le responsable du site *Le Rouge et le Noir* déclarait que ces frais étaient nuls, étant assumés personnellement par l'un des anciens co-fondateurs du site.

²⁹² Entretien avec Antoine, 5 décembre 2020.

²⁹³ Le montant annoncé étant aussi particulièrement élevé, il est nécessaire de prendre quelques distances à son égard et bien intégrer le fait que la somme annoncée peut être surévaluée ; ou que des dépenses autres que celles purement liées à l'hébergement, la maintenance et la sécurité sont peut-être agglomérées dans cet ensemble par mon enquêté.

²⁹⁴ Entretien avec Martial Bild, 8 avril 2019.

²⁹⁵ Un entretien avec un rédacteur du *Visegrád Post* montre que cette dépense conséquente (il s'agit pour ce médiactiviste de procéder à du traitement de texte, ainsi que de monter des vidéos) n'a pu être opérée qu'une fois obtenue une aide financière du gouvernement hongrois (*voir plus bas*).

La nature de ces dépenses, ainsi que leur importance varient alors en fonction du type de contenus produits par les contre-médias. Pour ceux proposant en premier lieu des textes, les dépenses vont notamment être relatives à l'achat de programmes rendant la mise en page et la navigation plus agréable pour les internautes, par exemple avec l'intégration de *templates* sur Wordpress, comme dans le cas mentionné ci-dessous. Ce type de dépense a alors pour objet de « professionnaliser » les productions médiactivistes en proposant une interface agréable aux internautes.

« Moi, j'ai quelques modules de WordPress qui sont payants, parce que ce sont de bons modules et que quand c'est gratuit, c'est quand même pas sérieux [...]. Le thème – le template comme on dit – le thème WordPress est payant. Parce que c'est un truc professionnel, donc le thème est payant. Je crois que c'est 80-100 euros par an » (Entretien avec Georges, 17 novembre 2020).

La production de contenus audiovisuels nécessite évidemment des moyens plus importants. Il s'avère que plusieurs médias produisent des vidéos, depuis la prise de parole face caméra (*Riposte Laïque, Résistance Républicaine, Égalité & Réconciliation*) jusqu'aux reportages et émissions plus ambitieux et aboutis (*TV Libertés, Le Média pour Tous, etc.*). Plusieurs des enquêtés témoignent ainsi de la nécessité de s'équiper en matériel de captation, qu'il s'agisse d'appareils photographiques, de caméras ou d'enregistreurs audio. Certains procèdent néanmoins à des captations avec du matériel non dédié, comme l'illustre l'exemple de l'entretien de l'équipe de *L'Étudiant libre* avec le député Joachim Son-Forget.

*« Donc, là, quand vous y allez pour filmer, c'est avec quel matériel ?
Un stabilisateur. Et après, pour l'image, c'était avec mon iPhone.
Et pour le son ?
Et le son, c'est ça le problème, c'est pour ça qu'il n'est pas très bon : on avait un micro, mais ce jour-là, je ne sais plus pourquoi, il était baisé ».
(Entretien avec Antoine, 5 décembre 2020)*

Dans le cas ici relaté, les médiactivistes procèdent à la captation leur entretien audiovisuel *avec les moyens du bord*, un smartphone faisant office de caméra, et le micro ne fonctionnant pas. Ces aléas doivent évidemment être réduits pour les contre-médias proposant quotidiennement un contenu audiovisuel ayant pour ambition de partager les qualités esthétiques des productions *mainstream*. Le positionnement de *TV Libertés* à ce titre a donc pour corolaire l'achat d'un matériel de qualité professionnelle et, *in fine*, des coûts importants. Dans le cas de la web-TV, la volonté de partager les qualités esthétiques de l'audiovisuel *mainstream* – qui

est explicite dans les entretiens réalisés avec les médiactivistes – nécessite aussi d’investir dans des studios d’enregistrement en partageant les propriétés²⁹⁶. C’est ainsi que la chaîne dispose d’un espace de 750 m² comprenant 3 studios, dont le plus grand répond – selon son directeur général qui se réfère aux chaînes d’information en continu telles que CNews ou LCI – aux standards de « l’audiovisuel normal²⁹⁷ ». Par ailleurs, l’équipement des médiactivistes en *hardware* (caméras, appareils photographiques et enregistreurs audio) induit généralement des dépenses en *software* – c’est-à-dire en logiciels – permettant de traiter les fichiers audiovisuels bruts, et de les monter avant de les proposer aux internautes.

Peuvent s’ajouter aux postes de dépenses précédemment mentionnés les coûts associés aux dispositions permettant aux médiactivistes d’entretenir un lien avec leur public. Plusieurs des enquêtés mentionnent dans cette perspective les frais associés aux services d’*e-mailing* de sociétés tierces, employés pour envoyer aux internautes des *newsletters* et des appels aux dons (*voir plus bas*). Dans ce cadre, il convient de noter que 83 sites et blogs du corpus proposent aux internautes de s’abonner à leur *newsletter* et une partie – si ce n’est la totalité – doit en conséquence assumer des dépenses relevant de ces logiques. Au-delà de l’envoi de *newsletters*, l’entretien des liens avec le public peut aussi passer par l’organisation de mobilisations internes (Venner, 2006) conformément à la logique exposée dans le chapitre consacré à la cérémonie des Bobards d’or (Chapitre 3). Une variété de moments militants de ce type sont organisés, mettant les médiactivistes en relation avec leur public, et plusieurs des enquêtés ont ainsi déclaré en assurer l’organisation. À ces occasions, des dépenses importantes peuvent être engagées, notamment relatives au matériel : location de la salle, location d’un matériel de sonorisation et de projection de vidéo, *etc.* De la même manière, et comme je l’expose plus bas, ces mobilisations internes conduisent généralement les médiactivistes à avoir recours à des personnels de renfort permettant d’assurer la bonne tenue des événements (personnels techniques et de sécurité notamment).

Finalement, les dépenses relatives au matériel comprennent celles engagées dans les déplacements des médiactivistes. Dans le cadre de la rédaction de certains articles,

²⁹⁶ En témoigne la question de la lumière dans les studios de *TV Libertés*. L’éclairage avait été jugé inadapté à l’issue des premiers tournages, car ayant pour effet de verdir l’image à l’antenne. Ce constat avait conduit à l’installation de nouveaux dispositifs, engageant évidemment des dépenses pour la web-TV (Entretien avec Martial Bild, 8 avril 2019).

²⁹⁷ Entretien avec Martial Bild, 8 avril 2019.

ces derniers peuvent en effet être amenés à quitter leur ville de résidence. Auquel cas le transport, mais aussi l'hébergement doivent être pris en compte comme des postes de dépenses récurrents. Le cas du *Média pour Tous*, détaillé dans une vidéo d'appel aux dons²⁹⁸, illustre parfaitement ce poste de dépense. Parce que le contre-média réalise des reportages vidéo conduisant les médiactivistes à se déplacer en France, la décision a été prise d'investir dans un véhicule d'occasion permettant de transporter les équipes ainsi que le matériel à un coût moindre que le train. Certaines des émissions de plateau organisées par le contre-média induiraient aussi des frais de déplacement, les médiactivistes prenant en charge les frais de déplacement de leurs invités. Dans la même logique, *Média Presse Info* engagerait mensuellement 700 euros pour les déplacements de ses rédacteurs, soit 8.400 euros tous les ans (Annexe 10).

5.3.1.2. Les ressources humaines

5.3.1.2.1. Les médiactivistes

Le fonctionnement d'une grande partie des contre-médias du corpus repose sur le travail bénévole des médiactivistes, à l'image des modes d'organisation mis en place dans les médias alternatifs progressistes (Atton, 2002). À ce titre, la rémunération des rédacteurs et contributeurs constitue plus une exception que la norme dans le monde de la réinformation²⁹⁹. Pour autant, les entretiens ont permis de mettre en lumière le fait que certains des médiactivistes tirent des revenus de leur activité de production de contre-informations, cette rémunération représentant évidemment un coût pour les médias concernés. Parmi les médias dans lesquels officient les enquêtés, *TV Libertés*, *l'Observatoire du Journalisme*, *le Visegrád Post*, *Boulevard Voltaire* ou encore *Présent* rémunèrent les médiactivistes.

Certains des médiactivistes bénéficient de contrats de travail au sein de contre-médias, et en conséquence de salaires mensualisés. La rédaction de *TV Libertés* fonctionne selon ce principe, en ayant engagé en CDI plusieurs des contributeurs appelés à intégrer la rédaction. Il convient de noter que la web-TV propose

²⁹⁸ Le Média pour Tous, « Pourquoi et comment nous soutenir », YouTube, 12 mars 2021. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=6bEgrfX8xTs>.

²⁹⁹ Les enquêtés participant aux médias suivants ont en effet déclaré ne pas être payés pour leur production éditoriale et/ou ne pas rémunérer leurs rédacteurs : *Burdigala Presse* ; *L'Étudiant libre* ; *Nice Provence Info* ; *Paris Vox* ; *Résistance républicaine* ; *Riposte laïque* ; *Le Rouge & Le Noir*.

cependant un modèle original, au sein duquel le travail salarié côtoie le travail bénévole. En effet, si les membres de la rédaction (travaillant notamment sur les émissions le Journal et Bistro Libertés) sont employés, l'essentiel des émissions est animé par des bénévoles issus des différentes mouvances constitutives de l'extrême droite française. À ce titre, la chaîne s'inscrit donc en partie dans la lignée de *Radio Courtoisie*. La station associative s'est en effet développée en donnant le micro aux représentants de différents courants de l'extrême droite, qui animent les émissions bénévolement en qualité de « patrons d'émissions ».

« TV Libertés, c'est un mix. Tout ce qui est du domaine de l'information, de l'actualité, est de sa responsabilité. Tout le reste, ce sont les émissions qui existent, sur les domaines culturels, histoire, etc., ce sont des bénévoles qui, effectivement, l'ont en main » (Entretien avec Martial Bild, 8 avril 2019).

Dans les cas où les médiactivistes sont rémunérés, la configuration la plus commune n'en reste pas moins l'externalisation des ressources humaines. Il s'agit alors pour les contre-médias de ne pas avoir recours au salariat, pour privilégier des modes de rémunération dépendant du volume de contenu produit. Les contributeurs ont alors un statut de pigistes ou d'autoentrepreneurs. Mon entretien avec Thibault, médiactiviste impliqué auprès de plusieurs projets de réinformation en qualité de pigiste³⁰⁰, permet d'observer que le niveau de rémunération fixé par les contre-médias est sensiblement stable et similaire, compris entre 25 et 30 euros par feuillet.

« [parlant de la rémunération tirée du partenariat conclu entre le Visegrád Post et le Club de la Presse] Alors ce n'est pas les tarifs des journalistes du Figaro ou du Monde, mais c'est des tarifs dans le style de Présent. Tous ces sites de réinformation, c'est entre 25 et 30 euros le feuillet quoi. Ce qui est correct, ça reste correct. Surtout qu'à la différence des journalistes du Monde ou du Figaro, on me rejette presque jamais un article. J'ai pas de perte de côté-là » (Entretien avec Thibault, 7 octobre 2020).

Comme le note l'enquêté, les tarifs sont moindres que ceux pratiqués par les titres de presse *mainstream* : en 2019, le collectif « Paye ta pige » mettait en avant que le feuillet produit par les pigistes pour le *Monde* était rémunéré à hauteur de 74 euros en 2019, de 66 euros au *Figaro*, ou encore de 40 euros pour les éditions

³⁰⁰ O.B a ainsi été contributeur auprès de *Réinformation.tv*, un site ayant disparu suite au retrait du « mecène » qui le finançait. Au moment de l'entretien, il écrivait principalement pour *Présent*, ainsi que pour le *Visegrád Post*.

départementales de *Ouest France*³⁰¹. Parce qu'il est rémunéré de la sorte – et qu'il réside en Pologne, où le coût de la vie est moindre qu'en France – OB parvient à tirer l'essentiel de ses revenus de l'activité éditoriale, notamment en écrivant quasi quotidiennement pour *Présent*. Le *Visegrád Post* pour lequel il écrit deux fois par mois peine de son côté à le payer de manière systématique, faute de moyens, et un arrangement a été mis en place avec le rédacteur en chef, conduisant à la rémunération d'un article écrit sur deux. De la même manière, l'*Observatoire du Journalisme* rémunère ses rédacteurs, cette fois à travers l'autoentrepreneuriat. Ce choix est privilégié en ce qu'il permet au dirigeant du contre-média de ne pas avoir à s'acquitter des charges sociales et des frais de gestion afférents.

« Une bonne partie de nos rédacteurs sont rémunérés. Ils ne sont pas rémunérés à la pige, parce que la pige, c'est un contrat de travail, et avec des charges sociales, et moi, je n'ai pas les moyens de suivre administrativement tout ça, je n'ai pas les moyens... Donc tous ces gens-là sont rémunérés en microentreprise [...].

Et justement, par exemple sur un portrait, vous payez combien le contributeur ?

80 euros.

80 euros par portrait ?

80 euros, ce qui honnêtement n'est pas beaucoup pour le boulot.

Et pour les articles ?

Bon ça dépend un peu je dirais de l'ancienneté du journaliste. Parce qu'on a pas mal d'étudiants en journalisme, ce qui leur permet aussi de se faire les dents. Et puis on a des journalistes, freelances, mais qui ont déjà 15 ans ou 20 ans d'expérience. C'est entre 25 et 50 euros l'article. Et puis ça dépend aussi de la longueur de l'article ». (Entretien avec Claude, 12 octobre 2020).

Les tarifs indiqués pour la rédaction des articles s'inscrivent dans une fourchette comparable à celle annoncée par Thibault. De la même façon, Hermione déclare avoir été payée 33 euros pour un article produit pour le compte de la version numérique du magazine l'*Incorrect*. La rédaction de portraits de journalistes et de personnalités travaillant dans le secteur médiatique – format qui est la spécialité de l'*OJIM* – ainsi que leur révision, est rémunérée à hauteur de 80 euros. Pour mon enquête, cette différence trouve sa justification dans le travail documentaire fourni pour ces productions. Un autre format nécessitant un travail important de documentation et de mise en forme des informations sélectionnées est cependant

³⁰¹ Sonia Devillers, « Journalistes : le prix de la pige », *France Inter*, 30 mai 2019. URL : <https://www.franceinter.fr/emissions/l-edito-m/l-edito-m-30-mai-2019>.

rémunéré à un tarif plus important : les infographies. Celles proposées par le contre-média sont ainsi le résultat du travail conjoint de deux personnes, une journaliste et une infographiste. Elles représentent un coût unitaire de 500 euros pour *l'Observatoire du Journalisme*, somme importante eu égard au budget annuel de 30.000 euros du site.

« Et pour les infographies, c'est un couple qui travaille. En réalité, ce n'est pas un couple dans la vie, c'est deux filles... qui se connaissent. Une qui est journaliste, et l'autre qui est infographiste. Autrement dit, il y en a une qui recueille les informations, et l'autre qui les met en forme. Et, bon, c'est moi qui décide qu'on va faire, je sais pas moi, le groupe Lagardère ou le groupe Bayard... Je ne sais même pas si on a fait le groupe Bayard, j'en sais rien... C'est moi qui décide. Sachant que j'aimerais bien en avoir plus, mais bon, une infographie, c'est 500 euros, et pour moi, c'est une somme importante ». (Entretien avec Claude, 12 octobre 2020).

Ainsi, quand bien même le travail bénévole domine le monde de la réinformation, une partie des médiactivistes est rémunérée pour son activité éditoriale, représentant évidemment des coûts pour les contre-médias. La minorité de médiactivistes bénéficiant d'une rémunération ne représente cependant pas un ensemble homogène. Différents statuts co-existent ainsi dans ce monde, depuis le salariat en CDI jusqu'au travail en *freelance* et en autoentreprise, traduisant une certaine fragilité statutaire et économique.

5.3.1.2.2. Le personnel de renfort

La notion de « personnel de renfort » développée par Howard Becker dans son étude des mondes de l'art renvoie à l'ensemble des acteurs assistant l'artiste dans la réalisation de son œuvre. Sont originellement désignés comme relevant de cette catégorie tous les individus engagés dans la réalisation d'une variété de tâches spécialisées que l'artiste estime indispensable pour le bon aboutissement de son travail. La délégation de ces charges définies, circonscrites et spécialisées à des individus disposant de capacités techniques précises induit qu'ils sont considérés comme interchangeables, tous étant « capables de faire leur travail aussi bien que tous leurs collègues » (Becker, 2010, p. 98). Si la tâche est donc considérée comme nécessaire à la bonne réalisation de l'œuvre, plusieurs acteurs peuvent l'assumer, sous condition de disposer des capacités techniques requises.

Comme dans le cas des mondes de l'art dont traite le sociologue, le monde de la réinformation recourt à des personnels de renfort, dont le travail est jugé nécessaire

pour assurer la qualité et l'attractivité des productions des contre-médias. Le travail de ces acteurs peut être réalisé sur une base volontaire et bénévole, c'est par exemple les cas des correcteurs mentionnés par plusieurs des enquêtés. Il peut cependant aussi faire l'objet d'une rémunération. Dans ce cas, les acteurs concernés ne sont pas salariés par les contre-médias, et ils travaillent pour ces derniers en qualité de *freelance* ou d'autoentrepreneurs. Les webmasters de certains sites, tels que *Polémia* ou l'*Observatoire du Journalisme*, qui prennent en charge la publication et l'actualisation des contenus appartiennent ainsi à cette catégorie. La dizaine de techniciens impliqués dans la réalisation des programmes de *TV Libertés*³⁰² relève elle aussi du personnel de renfort. La volonté de proposer des contenus partageant les qualités esthétiques des productions *mainstream* conduit ainsi la web TV à mobiliser une variété de techniciens sur la réalisation d'une même émission. Le recours à un personnel de renfort disposant de capacités techniques avérées – ici de 10 techniciens pour la captation de l'émission « *Bistro Libertés* » – induit évidemment des coûts non négligeables pour la chaîne. Ainsi, mon enquêté estime que les techniciens représentent le premier pôle de dépenses de la web-TV.

« Et à l'écran, cette professionnalisation, après un an, ça voulait dire de meilleures lumières, des capacités à livrer les formats ?
Tout à fait. Exactement. Nous avons fait appel à des réalisateurs plus sérieux... non pas plus sérieux, ce serait désagréable pour ceux qui étaient là, des réalisateurs professionnels qui ont apporté bien évidemment toutes leurs compétences, toutes leurs capacités d'à la fois... Sur toutes les formes, nous avons amélioré vraiment tout, et aujourd'hui on est susceptible de faire une émission comme « Bistro Libertés », qui est notre tête de pont. C'est la 100e au moment où je vous parle, et avec 8 techniciens, 1 réalisateur, 1 ingénieur du son, 11 invités... [...]. Bon voilà, nous avons, si vous voulez, dépassé complètement un format qui serait de filmer avec notre smartphone les conversations que nous avons maintenant. Ce qui serait peut-être intéressant, ce qui ferait peut-être trois millions de vues, peut-être... Mais ça n'est pas ce que nous voulons. Ce que nous voulons, c'est un format télévisuel qui soit un format absolument dans les codes que les gens ont. Voilà. Pour nous la révolution ne se situe pas là, au contraire. Elle se situe même dans une forme de conformité, d'uniformité par rapport aux canons habituels de la télévision française » (Entretien avec Martial Bild, 8 avril 2019).

L'alignement avec les standards de l'audiovisuel *mainstream* induit ainsi de recourir à des techniciens qualifiés aptes à prendre en charge certaines tâches spécialisées

³⁰² « Sinon, en nombre de techniciens qui sont sur place, avec nous, ils sont six, à être tout le temps, au quotidien, avec nous. Mais ils sont largement le double pour faire fonctionner la baraque » (Entretien avec Martial Bild, 8 avril 2019).

nécessaires à la bonne réalisation des vidéos. *Le Média pour Tous* partage cette préoccupation avec *TV Liberté*, et le contre-média rémunère ainsi un cadreur et un monteur³⁰³. Ces deux contre-médias spécialisés dans la proposition de formats audiovisuels rémunèrent par ailleurs des individus dont les rôles ne sont ni techniques ni éditoriaux, mais administratifs. *Le Média pour Tous* compte ainsi deux individus « chargés de l'administration et de l'organisation ». De la même manière, des individus occupent des fonctions purement administratives au sein de *TV Libertés*, qu'il s'agisse de gérer les appels aux dons des internautes ou d'être l'interlocuteur du public³⁰⁴.

À l'image de la fondation identitaire *Polémia*, plusieurs contre-médias de réinformation (par ex. *Riposte laïque*, *Résistance républicaine* ou *l'Étudiant libre*) organisent – avec une régularité plus ou moins marquée – des mobilisations internes (Venner, 2006). Leur organisation n'est évidemment pas sans coûts. Aussi les enquêtés mentionnent-ils différents postes de dépenses liés à la rémunération de personnels en charge de tâches spécialisées telles que la sécurité ou les activités techniques (notamment des régisseurs).

Le cas de *TV Libertés* est aussi singulier, en ce que la production quotidienne d'un journal audiovisuel rend nécessaire de disposer d'images permettant d'illustrer les différents sujets. Dans ce cadre, la web-TV aurait développé des partenariats avec d'autres contre-médias du corpus (Chapitre 8), ainsi qu'avec des médias audiovisuels polonais³⁰⁵. Dans le même temps, des médiactivistes se déplacent sur une base régulière pour alimenter la base d'images constituée par la chaîne. Si ces deux moyens permettent effectivement de fournir la web-TV en images d'illustration, celles-ci ne sont pas suffisantes et *TV Libertés* est conséquemment abonnée à l'*Agence France Presse* (AFP). Partant, il est possible de considérer que les journalistes de l'*AFP*, en fournissant une matière première appelée à être retravaillée par les médiactivistes, occupent une fonction de personnel de renfort pour la web-TV.

Comme je l'ai illustré, l'activité des contre-médias de réinformation engage donc une quantité variable de ressources matérielles et humaines, dépendant tout à la fois

³⁰³ Le Média pour Tous, « Pourquoi et comment nous soutenir », YouTube, 12 mars 2021. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=6bEgrfX8xTs>.

³⁰⁴ Marie-Simone Poublon et Philippe Randa, *Le défi*, Dualpha éditions, 2019.

³⁰⁵ Entretien avec Martial Bild, 8 avril 2019.

de la nature du contenu proposé aux internautes, du statut des médiactivistes engagés dans la production éditoriale et de l'éventuel recours à du personnel de renfort. Les dépenses engagées par les contre-médias ne proposant que des textes produits par des bénévoles vont ainsi être relativement faibles, à l'image de celles engagées par *Le Rouge & le Noir*, *Burdigala Presse* ou *Paris Vox* (Tableau 14). *A contrario*, celles engagées par les médias produisant quotidiennement des contenus écrits et audiovisuels, et cherchant à rémunérer leurs contributeurs vont être plus importantes. L'exemple de *TV Libertés* illustre parfaitement ce point. La web-TV a nécessité la mobilisation de ressources matérielles conséquentes (matériel de captation, aménagement de studios d'enregistrement, *etc.*) ainsi que de ressources humaines importantes. On compte en effet aussi bien parmi les ressources humaines de la web-TV les médiactivistes recrutés en CDI par la chaîne que le personnel de renfort, dont les apports techniques sont nécessaires pour garantir la qualité esthétique recherchée par ses dirigeants, et plus largement pour assurer les activités de la chaîne. Si les ressources matérielles et humaines sont donc mobilisées en quantité variable en fonction de la nature des contre-médias considérés, elles invitent à s'intéresser aux modes de financement adoptés par les médiactivistes et permettant de faire face à ces coûts. Les prochains développements sont ainsi consacrés à cette question.

5.3.2. Le financement des médias de réinformation

Le codage de ma base de données inclut les moyens de financement employés par les sites et blogs de réinformation. Quatre modalités externes, c'est-à-dire reposant sur des interactions avec le public, ont été identifiées, sur la base de la littérature traitant des usages d'Internet par l'extrême droite (Caiani et Kröll, 2015 ; Caiani et Parenti, 2013), ainsi que l'observation du corpus : l'e-commerce, l'abonnement, la publicité, et le don. Le codage a été opéré sur une base binaire, marquant la présence ou l'absence de modules représentant ces quatre modalités externes. Je m'inspire à ce titre de la structure proposée par Howard Becker dans son chapitre relatif à la distribution des œuvres d'art (2010, p. 112-146). Le sociologue y distingue trois types de financement pour la production des œuvres d'art : l'autofinancement, le mécénat et la commercialisation. Je reprends ce découpage ternaire, en l'adaptant

aux réalités des contre-médias. Partant, je distingue l'autofinancement, le financement par le don et le financement par le marché (e-commerce, publicités et abonnements). Il convient de bien noter que ces types de financement ne sont pas exclusifs, et sont fréquemment combinés par les médiactivistes (Tableau 15). C'est ainsi que 55 des sites et blogs du corpus (soit 40%) recourent à deux ou trois des types de financement identifiés. Ce constat rejoint les observations d'Anne-Marie Brunelles et Michel Sénécal (2020) relatives aux médias alternatifs progressistes et précédemment mentionnées : la faiblesse des revenus dégagés par les médias alternatifs les conduit à combiner différents modes de financement pour être pérennes.

Nombre de modalités de financement adoptées	0	1	2	3
Nombre de sites dans le corpus	41	41	37	18

Tableau 15 : Nombre de modalités de financement adoptées par les contre-médias

5.3.2.1. Autofinancement

Dans le corpus, 41 des sites et blogs n'ont recours à aucune des modalités de financement identifiées. Ils ne dégagent ainsi aucun revenu de l'e-commerce, des abonnements, de la publicité ou des dons. À l'exception notable de *Russia Today*, dont j'aborde le mode de financement plus bas, il s'agit essentiellement de blogs, dont beaucoup servent en premier lieu de chambres d'échos pour les sites de réinformation produisant une information originale. Il s'agit donc d'initiatives médiactivistes requérant un investissement peu important, voire nul, en ressources humaines comme en ressources matérielles.

Pour autant, l'autofinancement ne concerne pas uniquement ces initiatives particulièrement modestes. Il est ainsi un type de financement adopté quand les autres modalités identifiées se révèlent insuffisantes pour couvrir l'ensemble des frais éditoriaux et techniques. Les contre-médias produisant leurs propres contenus peuvent donc être également concernés par le recours à l'autofinancement. Une partie des revenus personnels des médiactivistes est alors mobilisée pour couvrir le déficit lié à l'activité du site. C'est par exemple le cas de *Paris Vox* dont les coûts d'exploitation – correspondant uniquement à des dépenses d'ordre technique – sont

estimés à 1000 euros par an (Tableau 14). Les dons des internautes – seule modalité de financement adopté par le site régional de réinformation – représentant environ la moitié de cette somme, les rédacteurs-animateurs du site doivent dégager 500 euros de leurs poches afin d’en assurer la pérennité. Dans cette configuration, l’autofinancement est donc contraint : il a pour objet de combler un manque, de permettre aux contre-médias de ne pas être déficitaires et de pouvoir pérenniser leur activité.

Le recours à l’autofinancement est aussi assez commun au lancement des initiatives médiactivistes, quand les projets ne demandent pas de trop importantes ressources matérielles et humaines. C’est dans cette logique que les frais d’impression du premier numéro de *L’Étudiant libre* ont été assumés par les six jeunes hommes à l’initiative du journal³⁰⁶. Ce n’est que dans un second temps que le titre a pu se reposer sur les recettes éditoriales, et le financement par le don. Cette perspective est partagée par le créateur du site local de réinformation, *Burdigala Presse*. Il présente en effet l’autofinancement comme une solution transitoire devant être remplacée, une fois l’offre éditoriale suffisamment étoffée et « crédible », par le financement par le don :

« Il y a un point dont on n’a pas parlé, c’est l’économie du site, si l’on peut dire. Bon, vous ne payez pas vos contributeurs.

Non.

Mais il y a des coûts, j’imagine, liés à la création du blog, à sa maintenance. C’est de quel ordre à peu près ? Et ça se passe comment ?
Alors, pour l’instant c’est moi qui paye (il rit). C’est moi qui paye, mais il est certain que ça fait partie, effectivement, de nos projets de créer un système économique, et de faire appel notamment aux dons. Mais, si vous voulez, j’ai un peu l’expérience de la chose. Et puis, je suis né dans une famille protestante – et vous savez que les protestants savent... ils sont pas manchots en ce qui concerne les sous (nous rions) – avant de faire appel à la générosité publique, il faut présenter un produit qui soit attrayant et efficace. Et crédible. [...]. Si vous voulez, c’est le nerf de la guerre, c’est fondamental. Donc, quand on aura un produit beaucoup plus présentable, et ça commence à le devenir. À ce moment-là, on fera une campagne, une recherche de donateurs et de gens qui nous aident financièrement, qui nous permettront d’envisager une rétribution, et d’améliorer notre logistique, bien entendu » (Entretien avec AdP, 29 octobre 2020).

³⁰⁶ Entretien avec Antoine, 5 décembre 2020.

L'autofinancement est donc adopté par les contre-médias aux ambitions modestes, requérant des ressources matérielles et humaines peu importantes. Il est aussi employé par des contre-médias qui y sont contraints, temporairement ou sur une base plus pérenne, du fait de la faiblesse des recettes dégagées par les différentes modalités de financement adoptées. Si le choix de l'autofinancement permet une forme d'indépendance éditoriale, il nécessite cependant de disposer de revenus personnels –

revenus du travail, allocations retraite ou chômage – suffisants pour les allouer aux projets médiactivistes. Il est aussi évidemment un choix qui ne peut pas être adopté pour les initiatives médiactivistes les plus coûteuses (voir Tableau 14).

5.3.2.2. Le financement par le don

Le recours au don – c'est-à-dire à des transactions monétaires indépendantes de toute transaction marchande (Weber, 2000) – est le mode de financement le plus commun pour les contre-médias de réinformation. C'est ainsi que la moitié du corpus y a recours (69 des 137 blogs et sites). Dans ce cas, le public de la réinformation contribue financièrement aux contre-médias, sans que le service fourni par ces derniers ne se voie assigner un prix fixé par des mécanismes de marché. La participation économique ne suppose pas non plus que les donateurs consomment effectivement les contenus produits par les initiatives médiactivistes. Aussi le don n'implique pas forcément une superposition du transfert avec le contre-transfert. Les sites et blogs appelant les internautes à effectuer des dons renvoient par un onglet à une page dédiée pouvant présenter plusieurs facilités de paiement (notamment PayPal, virement ou chèque). Dans les cas de financement participatif des entreprises de presse observés par Guillaume Goasdoué (2016, 2017), les appels à la générosité du public sont généralement adossés à des plateformes spécialisées dans les opérations de *crowdfunding*. Ce n'est pas le cas des contre-médias de réinformation.

5.3.2.2.1. Usages de l'appel au financement

5.3.2.2.1.1 Permettre la création de contre-médias

Le recours à l'autofinancement au lancement des sites et blogs n'est possible, je l'ai indiqué, que pour les contre-médias demandant peu de ressources matérielles et

humaines pour produire leurs premiers contenus. L'importance des ressources requises au lancement de certains des contre-médias du corpus a rendu nécessaire le recours à une levée de fonds préalable aux débuts de l'activité éditoriale. C'est notamment le cas de l'*Observatoire du Journalisme* et de *TV Libertés*. Il faut cependant bien noter que le travail d'appel aux dons nécessite que les médiactivistes engagent préalablement des fonds propres. Le cofondateur de l'*OJIM* aurait ainsi payé de sa poche la location des fichiers de prospects contactés dans le cadre de cette levée de fond initiale, représentant un investissement de 5.000 euros. Un souci d'économies aurait par ailleurs incité le médiactiviste à privilégier une prise de contact par courrier électronique, moins onéreuse que celle pouvant être conduite par voie postale. L'appel aux dons initié avec ces fichiers au moment du lancement de l'*Observatoire* aurait ainsi abouti à la collecte de 30.000 euros.

« Au départ, c'est moi qui ai mis les sous, c'est très simple. Parce qu'il fallait bien que quelqu'un les mette au départ. Et on a fait à ce moment-là je dirai... On a loué des fichiers, et on a fait un appel... un appel au peuple pour obtenir des dons. Et je dois dire que ça a bien marché, parce que ça m'a permis, moi, de me rembourser les 4.000 ou 5.000 euros que j'avais mis au départ pour créer l'ensemble. Et ensuite, bon, de fonctionner... je dirais cahin-caha... Parce que, tout à fait entre nous, donner des fonds pour un truc qui s'appelle l'Observatoire du Journalisme, c'est pas très excitant.

Et les fichiers que vous avez employés pour la levée de fonds...

On s'était adressé à une société spécialisée et on leur avait dit « est-ce que vous avez des fichiers de gens qui s'intéressent aux médias ? ». Ils m'ont dit « oui, très bien, ça coûte tant ». Et voilà, pof-pof, on fait un deal, en avant et...

Et ça se passe comment dans ce cas-là ? Vous fournissez un document ? C'est moi qui fais le texte. C'est eux qui fournissent le fichier, et c'est eux qui... Parce qu'il y a des fichiers mails et des fichiers papier. Nous, on a surtout fait du fichier mail, parce qu'on n'a pas beaucoup d'argent. Fichier papier, c'est cher, ça veut dire l'enveloppe, les timbres, les gens... Le mail, c'est pas des gens, c'est des machines... Donc nous, on a surtout fait du fichier mail. » (Entretien avec Claude, 12 octobre 2020).

De la même façon, le lancement de *TV Libertés* – alors présenté sous le nom de « Notre Antenne » – a nécessité un important travail visant à contacter des prospects et à obtenir des dons de ces derniers. Les ressources conséquentes requises pour ce projet audiovisuel conduisaient en effet ses initiateurs à chercher un million et demi d'euros (Annexe 11)³⁰⁷, permettant de financer la première année de diffusion. Dans

³⁰⁷ Marie-Simone Poublon et Philippe Randa, *Le défi*, Dualpha éditions, 2019, p. 17.

ce cadre avait circulé un appel au don rédigé par Gérard Marin – ancien journaliste du *Figaro* ayant contribué à *Radio Courtoisie* entre 1993 et 2007 – appelant les individus se reconnaissant dans « les grandes familles issues de la tradition française » à contribuer au projet par des dons, de préférence mensualisés. L’appel comprenait justement en dernière page une présentation des personnalités d’extrême droite apportant leur parrainage au projet et censés représenter ces « grandes familles », depuis les milieux identitaires jusqu’aux sphères traditionalistes. Parallèlement à ces appels au financement du public, des réunions étaient organisées à travers la France par Philippe Milliau – le président de la web-TV – avec pour objet de mobiliser des réseaux d’extrême droite. Les contributeurs les plus importants, une soixantaine ayant chacun apporté entre 6.000 et 30.000 euros³⁰⁸, auraient ainsi été recrutés par ce biais. Certains de mes enquêtés – issus, comme Philippe Milliau, de la mouvance identitaire – déclarent ainsi avoir été contactés à cette occasion, et être devenus membres de l’Association de Soutien au Nouvel Audiovisuel (ASNA) qui a pour objet de financer la web-TV.

« Vous m’avez dit faire partie de l’ASNA ?

Oui, je suis membre de l’ASNA, donc l’Association de Soutien à la Nouvelle... je ne sais plus à quoi ça correspond... Je suis membre de l’association ASNA. Donc de TV Libertés.

Depuis la création de la chaîne ?

Oui.

Vous faisiez partie des premiers donateurs ?

Oui.

Comment ça s’est passé ? C’est Philippe Milliau qui vous a contacté pour vous présenter le projet ?

Lors d’une réunion amicale, il nous a évoqué le projet, et on a tous trouvé que c’était excellent. Et du coup, on a tous... C’est parti comme ça, c’est lui qui s’est occupé de tout le reste, mais on l’a accompagné. Tout simplement. » (Entretien avec Alain, 29 octobre 2020)

La web-TV proposait alors des contreparties matérielles et symboliques à ces dons, dont la forme dépendait de l’importance des sommes engagées (Annexe 11, p. 4). Les contributeurs se voyaient ainsi offrir un « diplôme de membre donateur » et/ou le « journal des programmes » de la chaîne. Ceux optant pour un don mensualisé pouvaient en outre « parrainer l’émission de [leur] choix », « [participer] aux débats diffusés en direct » et « être invité[s] aux rencontres exclusives avec les

³⁰⁸ *Ibid.*

animateurs ». Les donateurs contactés par P. Milliau pouvaient devenir membres de l'ASNA. Ce statut leur donne alors la possibilité de participer à l'assemblée générale de l'association, et donc *in fine* la possibilité d'exercer un droit de regard sur les activités de la web-TV³⁰⁹.

5.3.2.2.1.2. Une source structurelle de financement

Par-delà les appels aux dons du public dans le cadre de la création d'initiatives médiactivistes, la moitié des contre-médias du corpus en appelle à la générosité des internautes sur une base régulière. Le recours aux dons est alors une source structurelle de financement. Pour autant, tous les contre-médias ne sont pas sur un pied d'égalité à ce niveau. Il convient en effet de distinguer ceux se contentant de présenter des modules consacrés, sur leurs sites ou dans leurs *newsletters*, de ceux en capacité de développer de véritables campagnes dédiées. Ces campagnes nécessitent la mobilisation de ressources humaines et matérielles spécifiques, et représentent *de facto* un véritable travail. Elles reposent en effet sur la prise de contact directe et régulière avec les donateurs potentiels ainsi que sur leur information concernant la progression de la collecte, sa réussite ou son échec. Comme le note Xavier de *Paris Vox*, tous les contre-médias ne peuvent pas mettre en œuvre ces campagnes, quand bien même ces dernières conditionnent en partie la réussite des levées de fonds auprès du public. Il attribue ainsi la faiblesse des sommes collectées par le site qu'il anime à trois facteurs : la culture de la gratuité sur Internet ; le caractère insuffisamment distinctif de sa production ; et l'absence de ressources financières et humaines uniquement dirigées vers la collecte de fonds, qui représente « un travail à part entière ». J'ajoute aux explications avancées par l'enquête que, comme le note Howard Becker (2010), plus une activité compte de praticiens, plus il devient compliqué pour ces derniers de dégager des revenus liés à leurs productions. Si plusieurs acteurs proéminents captent des sommes importantes auprès du public, la conséquence pour les contre-médias de petite et moyenne taille est la difficulté à s'attirer des dons. Il s'avère justement que certaines des associations permettant le financement des contre-médias proéminents du corpus captent des sommes conséquentes auprès du public. L'ASNA, par exemple, qui collecte les fonds alloués à *TV Libertés* a réuni 1.605.792 euros en 2018, 1.748.388

³⁰⁹ Entretien avec Alain, 29 octobre 2020.

euros en 2019 et 2.294.148 euros en 2020³¹⁰. De la même façon, le fonds de dotation GT éditions, qui permet le financement de plusieurs contre-médias³¹¹ du corpus a collecté la somme de 298.849 euros en 2018, 347.351 euros en 2019 et 390.791 euros en 2020³¹².

« Et ça [la collecte de fonds] marche ?

Très honnêtement, très mal. Très mal. Je pense pour plusieurs raisons. Parce que déjà les gens sont habitués au totalement gratuit sur le net. On n'a pas non plus justement la richesse d'information propre, spécifique à nous, qu'on voudrait, qui pourrait justifier un peu plus un engagement des lecteurs. Et, bon après les gens, ils sont extrêmement sollicités partout. En on fait pas non plus beaucoup de campagnes. Parce que ça prend du temps... Bon c'est pas non plus... faire la quête, c'est pas non plus un truc que j'apprécie beaucoup, donc on ne fait pas non plus beaucoup d'efforts. Je pense que les sites comme TV Libertés, etcetera, ou Breizh Info, qui ont de vraies ressources qu'ils tirent de ça, c'est un vrai travail à part entière en fait de lever des fonds, de contacter les gens, de relancer. Une vraie campagne quoi. Nous, on a juste, grosso modo, un bouton sur le site (plusieurs mots inaudible). Mais c'est aussi parce qu'on n'a pas les moyens de faire ce travail de récolte. (inaudible)... couvrir les frais. » (Entretien avec Xavier, 20 juin 2019).

Aussi, il convient de distinguer deux catégories de contre-médias parmi ceux se finançant en tout ou partie à travers les contributions financières des internautes : ceux pouvant mettre en place de véritables campagnes de levées de fonds, et ceux ne le pouvant pas, faute de ressources. Pour la première, les campagnes prennent notamment la forme d'*emailings* régulièrement actualisés, invitant les récipiendaires à participer, ou encore la publication de vidéos en appelant à la générosité du public. La seconde peine à collecter suffisamment de fonds, comme l'illustre le recours à l'autofinancement de *Paris Vox*. Par ailleurs, il est nécessaire de distinguer parmi les contre-médias recourant aux dons des internautes ceux offrant une contrepartie matérielle ou symbolique de ceux n'en offrant aucune.

Le cas de l'*Observatoire du journalisme* illustre la première configuration. Le don des internautes donne en effet lieu à des contreparties matérielles. Comme l'illustre la Figure 10 – reproduction d'un appel à la générosité du public inséré dans une *newsletter* – tout don permet aux internautes de recevoir une brochure numérique

³¹⁰ Rapports de commissaires aux comptes pour les exercices 2019 et 2020. Documents disponibles et téléchargeables sur <https://www.journal-officiel.gouv.fr/>.

³¹¹ Fonds de dotation GT éditions. URL : <https://don.gteditions.fr/>. Parmi les contre-médias financés par ce biais : *Le Salon Beige* ; *Nouvelles de France* et *Riposte catholique*.

³¹² Rapports de commissaires aux comptes pour les exercices 2019 et 2020. Documents disponibles et téléchargeables sur <https://www.journal-officiel.gouv.fr/>.

consacrée à « la censure des GAFAM ». Ceux supérieurs à 100 euros conduisaient, au moment de la rédaction de ces lignes, à la réception d'une brochure consacrée à Yann Barthès et ses émissions rédigée par un médiactiviste de l'OJIM³¹³. Pour l'essentiel cependant, les contre-médias proéminents n'offrent pas explicitement de contreparties matérielles ou symboliques aux donateurs.

En 2021, rejoignez les donateurs de l'Ojim

REJOIGNEZ DÈS AUJOURD'HUI
LES DONATEURS DE L'OJIM
ET RECEVEZ EN CADEAU NOTRE E-BOOK
SUR LA CENSURE DES GAFAM

#4
LA CENSURE
COMME STANDARD :
FACEBOOK
ET LES GAFAM

DONS.OJIM.FR

L'Observatoire du journalisme est un média 100% gratuit. Vous pouvez toutefois nous aider et obtenir un reçu fiscal, qui vous permettra de déduire de vos impôts 66% du montant de votre don. Chaque donateur recevra notre brochure digitale sur *Les Censures des GAFAM*. Pour les dons supérieurs à 100 €, vous recevrez notre brochure papier dédiée sur Yann Barthès, *Chronique d'une imposture*.

Je fais un don

Figure 10 : Les dons auprès de l'OJIM font l'objet d'une contrepartie, l'envoi d'un e-book (newsletter, 22 janvier 2021)

5.3.2.2.2. Financement par le don et forme associative

Les différents contre-médias formant le monde de la réinformation et faisant le choix de se financer à travers la générosité du public adoptent généralement la forme d'associations ou de fondations – ou passent par des formes associatives permettant de collecter des fonds pour la presse, à l'image de la plateforme *J'aime l'Info*³¹⁴.

³¹³ Maximilien Dreyer et Claude Chollet, *Yann Barthès: le ricanement au Quotidien*, La Nouvelle Librairie éditions, coll. Désintox, 2020.

³¹⁴ L'association, reconnue d'intérêt général, a été créée le 15 décembre 2010, avec l'objet social suivant « Œuvrer en faveur du pluralisme de la presse en ligne et, plus généralement, de l'information sur Internet, en France et dans les pays francophones ; elle peut développer à titre secondaire des actions dans le même but, en Europe et dans le reste du Monde ». *Journal officiel*, 143^e année, n°1, 1^{er} janvier 2011. Plusieurs médias collectent ainsi des fonds via sa plateforme en ligne (<https://www.jaimelinfo.fr/>), et notamment des médias réputés « de gauche » à l'image de la web-TV *Le Média* ou du pure player *Mediapart*. Deux médias imprimés du corpus, *Causeur* et *Eléments*, participent à ce dispositif.

Ceci permet aux donateurs de se voir proposer des déductions fiscales, à hauteur de 66% des dons et dans la limite de 20% des revenus imposables de leur foyer.

L'étude des plateformes mises en place par ces associations pour recueillir les contributions permet par ailleurs de mettre à jour les liens qui existent entre certaines initiatives médiactivistes. C'est par exemple le cas du fonds de dotation « GT éditions³¹⁵ », créé en octobre 2013 et qui a pour objet de collecter des fonds au profit de plusieurs contre-médias s'inscrivant dans une ligne éditoriale d'inspiration traditionaliste³¹⁶. Son existence permet ainsi de mettre en avant les liens qui existent entre des contre-médias qui ont été algorithmiquement rangés dans des classes distinctes à l'occasion de l'analyse de réseau (Chapitre 2) : la classe 2 (*Le salon beige, Riposte catholique, Nouvelles de France*) et 5 (*L'observatoire de la christianophobie*). L'étude des relations organisationnelles met ainsi en lumière des liens forts entre des acteurs que l'analyse basée sur les liens hypertextes ne révélait pas. De la même manière, l'ASPA³¹⁷ (Association de Soutien à la Presse Alternative) permet de collecter des fonds pour plusieurs contre-médias identitaires régionaux (Figure 11) : *Breizh Info, Lengadoc Info, Paris Vox* et le *Visegrád Post*.

³¹⁵ Son objet social est présenté comme suit : « dans le respect des principes éthiques portés par l'Église catholique de conduire ou tenir, par tous moyens humains, financiers et matériels, directement ou indirectement, toutes missions d'intérêt général à caractère philanthropique, ou éducatif, en effectuant directement ou en concourant au développement de la recherche scientifique fondamentale en sciences humaines, à l'exclusion de toute activité strictement culturelle ; plus particulièrement, le fonds de dotation GT Éditions se donne pour quadruple mission la recherche, la diffusion de la recherche, l'analyse de l'actualité et la diffusion de l'information dans l'ensemble des champs des sciences humaines, spécialement dans les domaines des sciences politiques, de la philosophie et des sciences religieuses ; ces actions seront notamment guidées par les principes de dignité de la personne humaine, de souci du bien commun, de subsidiarité, de saine laïcité et de solidarité entre les hommes ; dans le registre de l'action humanitaire d'intérêt général, le fonds de dotation se donne, en particulier, pour mission d'assister, par quelque moyen que ce soit, politiquement, juridiquement et caritativement (*sic*) les personnes persécutées pour leurs convictions spirituelles et religieuses ». *Annexe au Journal officiel*, 145^e année, n°49, 7 décembre 2013. URL : https://www.journal-officiel.gouv.fr/associations/detail-annonce/associations_b/20130049/2144.

³¹⁶ Fonds de dotation GT éditions. URL : <https://don.gtedititions.fr/>.

³¹⁷ Son objet social est décrit comme suit : « soutenir matériellement et financièrement la presse alternative ; organiser toutes opérations de recherche et de levage de fonds au profit de la presse alternative ; intervenir en soutien de tout média ou toute forme de communication alternatifs ; relayer et aider d'autres initiatives ayant les buts proches de ceux de l'association ». *Journal officiel*, 150^e année, n°33, 18 août 2018. URL : https://www.journal-officiel.gouv.fr/associations/detail-annonce/associations_b/20180033/193.



Figure 11 : L'ASPA a pour objet de financer quatre contre-médias de réinformation (capture du site Lengadoc-Info au 22 décembre 2021)

5.3.2.2.3. La théâtralisation du don

Je me concentre dans les développements à venir sur ceux des contre-médias en capacité de mettre en place des campagnes de levée de fonds auprès des internautes. J'ai procédé à un dépouillement des *newsletters* reçues pendant les années 2020 et 2021, en distinguant celles informant les internautes de la mise à jour du contenu des sites, et celles correspondant à des campagnes de levée de fonds. C'est à cette occasion que j'ai constaté que les contre-médias procèdent à une forme de théâtralisation des appels aux dons. En effet, les appels à la générosité du public par les contre-médias de réinformation convoquent des symboles et des discours singuliers. J'avais déjà noté ce point à l'occasion d'observations des mobilisations internes organisées par la fondation *Polémia*. À chacune de ces occasions – aux Forums de la dissidence et lors des cérémonies des Bobards d'or – deux jeunes femmes d'une vingtaine d'années déploient à la sortie des participants un drapeau français dans lequel les membres du public sont invités à déposer une contribution financière et exhortent les participants à contribuer. La mobilisation du drapeau français lors de ces occasions peut sembler anecdotique, elle est en réalité appréciée et valorisée par le public. Ysé Vauchez mentionne ainsi dans ses notes d'observations qu'à l'occasion de sa présence aux Bobards d'or en 2018, l'absence de drapeau français pour collecter les dons avait été remarquée et critiquée par certains membres du public (2018). Par-delà l'emploi du drapeau tricolore lors des mobilisations internes, le dépouillement des *newsletters* permet de mettre en lumière les spécificités de la rhétorique mobilisée dans le cadre des appels aux dons. Je propose dans un premier temps d'étudier cette rhétorique à l'aune des travaux relatifs à la figure de l'agitateur d'extrême droite (Gimenez et Voirol, 2017 ;

Lowenthal et Guterman, 1949). Trois exemples permettent d'appuyer cette proposition.

Les observations relatives à la rhétorique mobilisée par les médiactivistes dans le cadre de leurs appels aux dons conduisent au constat qu'ils s'y présentent généralement comme des *underdogs* confrontés à l'hostilité d'un *système* porteur de valeurs délétères – et incarné par des élites politiques et médiatiques – et ne renonçant à aucun stratagème pour les réduire au silence. C'est dans ce cadre que la référence aux travaux de Lowenthal et Guterman, suggérée dans un numéro de *Réseaux* consacré aux usages d'Internet par les extrêmes droites (Gimenez et Voirol, 2017 ; Löwenthal et Guterman, 2017), paraît idoine. Dans *Prophets of Deceit* (Lowenthal et Guterman, 1949), les deux auteurs analysent les productions discursives des quelques hommes ayant tenté d'importer le modèle fasciste aux États-Unis. Ils observent notamment que les discours de l'agitateur sont riches en détails concernant les persécutions dont il fait l'objet. Ce dernier se présente en martyr, mettant sa vie et sa carrière en danger au nom de la défense des intérêts du peuple. Dans le cadre de cet engagement, l'agitateur en appelle régulièrement aux dons de ses adeptes, censés lui permettre de mener à bien la lutte dans laquelle il dit être engagé. Lowenthal et Guterman insistent à ce titre sur la dimension économique sous-jacente à l'animation des mouvements politiques qui font l'objet de leur étude. La référence à *Prophets of Deceit* ne signifie en aucun cas que je considère que les sites du corpus relèvent du fascisme. Elle a en revanche pour objet de prolonger une analyse relative aux appels au financement par le public de l'extrême droite, en dépassant le cas des organisations politiques groupusculaires pour se concentrer sur les projets culturels, et ici médiatiques. Les campagnes de levées de fonds que j'observe mettent ainsi en scène la lutte idéologique dans laquelle sont engagés les médiactivistes, confrontés à un *système* hostile. Trois exemples permettent d'illustrer cette tendance : les appels aux dons de *Breizh Info* pendant l'année 2021 ; la vidéo de *TV Libertés* publiée le 25 juin 2021 et invitant les internautes-télespectateurs à contribuer financièrement à la web-TV, et la campagne de financement du *Salon Beige* en octobre 2021.

Étude de cas n°1 : Breizh Info, rempart contre les « Wokes et les déconstructeurs »

Dans le cas de *Breizh-Info*, les premiers appels aux dons de l'année 2021 reposaient sur l'exposé de données factuelles, ou du moins objectivables. Ils visaient ainsi à mettre l'accent sur les principaux postes de dépenses figurant dans le budget prévisionnel du site pour l'année 2022. Les mails du contre-média mentionnaient ainsi la rémunération des « jeunes journalistes qui travaillent avec nous³¹⁸ », les « frais informatiques, techniques, de maintenance, ou encore de conseil juridique », ainsi que le projet de « nous entourer [...] d'une personne chargée de réaliser des reportages vidéo ». La présentation de ce dernier poste de dépense répond d'ailleurs aux logiques de mise en équivalence soulignées par Julie Sedel (2021) dans son étude du financement des médias indépendants. Les rédacteurs du mail précisent en effet que « le coût spécifique de ce projet [la rémunération d'un médiactiviste chargé de produire des contenus vidéo], inclus dans la somme globale à récolter, est estimé à 30.000 euros par an³¹⁹ ». L'argumentaire mobilisé dans les *newsletters* change cependant à compter du 28 octobre. Est privilégié un exposé mettant l'accent sur l'affrontement idéologique dans lequel est engagé le site, opposé à des ennemis aux visages multiples (« les Wokes, les déconstructeurs, les fossoyeurs de la famille, les faux écolos, mais vrais Khmers rouges »).

« Madame, Monsieur,

Ce mail vous est adressé car l'heure est grave, pour deux raisons :

Grave d'abord parce que 2022 s'annonce comme étant un « moment politique fondamental et vital pour l'avenir de notre région, de notre pays, de notre civilisation. La campagne présidentielle va prendre des allures très conflictuelles, on le voit sur les plateaux de télévision et dans la presse. Dans cette campagne, nous entendons pleinement jouer notre rôle d'influenceurs, d'éveilleurs, de soldats de la presse alternative, pour diffuser, et imposer les idées allant dans le sens du vrai, du beau, du bien. Nous refusons de laisser les Wokes, les déconstructeurs, les fossoyeurs de la famille, les faux écolos, mais vrais Khmers rouges, faire table rase de notre passé, de notre mode de vie. Nous devons continuer à œuvrer pour que notre civilisation ait encore un avenir.

Mais l'heure est grave également parce que ce combat, rien n'indique aujourd'hui que nous pouvons le mener en 2022. Sur le budget nécessaire pour mener à bien nos activités, il manque en effet aujourd'hui 75 000 euros. Si nous ne les trouvons pas d'ici au 31 décembre, nous ne pourrons pas continuer à faire notre travail dans les conditions

³¹⁸ Breizh Info, Newsletter du 7 mai 2021, « Soutien à la presse alternative. Continuez ! ».

³¹⁹ Breizh Info, Newsletter du 7 mai 2021, « Soutien à la presse alternative. Continuez ! ».

actuelles. Nous ne pourrons plus payer tous nos journalistes, toutes nos charges, nos dépenses nécessaires à la solidité d'un site Internet victimes (sic) d'attaques permanentes (politiques, informatiques...).

Nous vous demandons donc, en toute urgence, de contribuer à l'effort de guerre. De contribuer encore plus que vous ne l'avez déjà éventuellement fait par le passé. Et surtout, de mobiliser autour de vous. De faire lire Breizh-Info.com à vos amis, à votre entourage, à votre famille, et de faire passer le message : nous avons besoin de dons ! Il y a urgence. Nous voulons jouer notre rôle, de plus en plus influent, de plus en plus impactant, dans la guerre médiatique et politique qui s'annonce en 2022. Il faut que vous nous en donniez les moyens, maintenant. Pour vous, pour vos enfants, pour vos familles, pour votre pays.

Jusqu'à la fin de l'année, vous recevrez cet email vous tenant informé de l'évolution des rentrées financières. Rappel : objectif 75 000 euros. Nous comptons sur vous. D'avance merci ! » (Breizh-Info, Newsletter du 28 octobre 2021, « Urgence. Aidez-nous rapidement si vous voulez que Breizh-info joue pleinement son rôle en 2022 ! »)

L'imaginaire martial est ici convoqué dans ce court texte à travers l'emploi des termes « conflictuelles », « soldats », « combat », « attaques permanentes », « effort de guerre » ou encore « guerre médiatique et politique ». Ce faisant, l'équipe de *Breizh-Info* se présente comme un rempart résistant aux assauts de franges progressistes souhaitant « faire table rase de notre passé, de notre mode de vie », et nécessitant *en urgence* des apports financiers en provenance du public (ce qu'illustre la formule liminaire, « l'heure est grave »). Défenseur du « vrai, du beau, du bien » le contre-média œuvrerait lui à maintenir l'avenir de « notre civilisation », dont les contours ne sont pas précisés. Cette logique est prolongée dans un mail du 8 décembre, visant à collecter les 8.000 euros manquant à la rédaction pour compléter son budget. La rhétorique martiale continue ainsi à être mobilisée (« grande bataille », « forces », « lutter ») pour mobiliser contre « ceux qui entendent mettre à mort nos identités, notre civilisation ». Parallèlement, la répétition de l'expression « idéologie » permet d'activer un thème anti-intellectualiste.

« N'oubliez pas. Dans la grande bataille qui s'annonce en 2022, il va être important de donner aux forces médiatiques indépendantes les moyens de lutter, contre les tenants de l'idéologie woke, de l'idéologie remplaciste, de l'idéologie décoloniale, de ceux qui entendent mettre à mort nos identités, notre civilisation³²⁰ ».

³²⁰ Breizh Info, Newsletter du 8 décembre 2021, « Dernière ligne droite. Il nous manque encore 8000€ ! ».

Étude de cas n°2 : TV Libertés, une « information libre et indépendante » contre le système

L'idée d'une confrontation idéologique avec des forces extérieures n'est pas exclusive à *Breizh Info*, et on la retrouve dans plusieurs des vidéos d'appel aux dons produites et mises en ligne par *TV Libertés*. Celle publiée le 25 juin 2021 est à cet égard exemplaire. D'une durée d'une minute et vingt-six secondes, elle consiste en un enchaînement d'images anxieuses, sur lesquelles est apposé un commentaire énoncé par une voix off masculine. La courte vidéo commence par l'image d'un jeune homme, dont les yeux sont couverts par une main de femme (Figure 12). Cette mise en scène fait écho aux premiers mots prononcés par le commentateur : « ils vous ont caché l'essentiel ». Une fois les yeux du jeune homme dissimulés, l'image devient tremblante et passe en noir et blanc pour une courte durée, avant de faire la place à des images de synthèse aux couleurs criardes et s'enchaînant à un rythme rapide. Celles-ci véhiculent l'image d'une société caractérisée par un discours médiatique conditionnant les esprits, les individus y étant présentés comme des spectres soumis aux écrans et ayant abandonné toute singularité et toute humanité. Cette idée est par ailleurs appuyée par certains des éléments de langage mobilisés dans le commentaire accompagnant la vidéo (« le système veut que vous soyez des producteurs-consommateurs sans libre arbitre, vous réduisant ainsi à un chiffre dans un business plan. Ils veulent que vous soyez serviles »).



Figure 12 : La vidéo d'appel aux dons du 25 juin 2021 commence par la représentation d'un homme aux yeux dissimulés par une personne tierce, écho de la phrase « Ils vous ont caché l'essentiel »

« Ils vous ont caché l'essentiel. Ils vous ont menti sur à peu près tout. Le système diffuse un flot mondial continu d'informations conditionnant les esprits. En fait, le système veut que vous soyez des producteurs-consommateurs sans libre arbitre, vous réduisant ainsi à un chiffre dans un business plan. Ils veulent que vous soyez serviles. Lorsque TV Libertés donne la parole et ouvre son large auditoire à des hommes libres qui se lèvent pour faire entendre une autre vision, elle est censurée par YouTube et attaquée financièrement. Leur dessein est clair, ils veulent nous faire taire. On cherche à nous asphyxier financièrement, car nous perturbons leur endoctrinement. En 2020, nos frais de défense ont été multipliés par quatre. Au cours de ce premier semestre, l'assurance que nous avions en janvier de finir l'année sans difficulté a été remis (sic) en cause par une offensive massive d'avocats au service du système. Alors il n'appartient qu'à vous d'en décider autrement, en finançant TV Libertés, qui se bat pour votre droit à une information libre et indépendante. Grâce à vos dons, nous libérons les esprits de la propagande mondialiste par une information alternative. Alors, aidez-nous ! En avant ! À l'attaque ! »

La web-TV est ici dépeinte comme confrontée à une hostilité sourde émanant d'une altérité ennemie dont les contours ne sont pas précisés, et suggérée par l'emploi répété des pronoms « ils ». *TV Libertés* serait ainsi « censurée », « attaquée financièrement » et judiciairement par un *système* cherchant à « [conditionner] les esprits » des Français et les rendre serviles. J'ai précédemment noté que la référence au *système* apparaît de manière récurrente dans les productions de la fondation *Polémia*, qui est le principal organe de production doctrinale de la réinformation

(Chapitre 1). Comme le remarquent Cécile Alduy et Stéphane Wahnich (2015), la mention de cette entité floue est fréquente dans les discours d'extrême droite, où elle permet de suggérer l'existence d'une intentionnalité cachée œuvrant dans l'ombre. Sa dimension protéiforme permettrait en outre de conjuguer imaginaires complotistes et rhétorique contestataire (Boltanski et Esquerre, 2014). Ce faisant, la notion de *système* est un élément saillant de la critique sociale portée par l'extrême droite (Corcuff, 2019).

Étude de cas n°3 : Le Salon Beige, défendre des valeurs confessionnelles à travers le don

Le troisième exemple prolonge ces constats relatifs à la mise en scène d'un affrontement idéologique. Comme dans les logiques exposées plus haut, l'endogroupe formé par les médiactivistes et leur public est présenté comme partie prenante d'une lutte civilisationnelle. Contrairement aux campagnes des deux contre-médias précédemment mentionnées, c'est une conception confessionnelle des valeurs défendues qui est clairement revendiquée. Les médiactivistes prétendent en effet défendre l'Église, qui serait « attaquée » par « l'État jacobin » dans le cadre des enquêtes relatives au cas de pédophilie au sein du clergé. Ils se font ainsi les hérauts d'un ensemble de valeurs présentées comme des « principes non négociables » (« la vie innocente », « la famille naturelle » ou encore « la liberté scolaire ») qui seraient foulées du pied par la « Macronie ».

« Chers amis – Comme moi, vous avez vu les incroyables attaques de ces derniers jours contre l'Église. Attaque contre le secret de la confession, mensonge sur le célibat sacerdotal, rejet par l'État totalitaire de toute loi supérieure aux lois de la république – piétinant ainsi, non seulement 2000 ans de christianisme, mais aussi toute civilisation et spécialement la belle figure d'Antigone que chérissent les Européens dignes de ce nom (mais qu'ignorent manifestement les ministricules de Macron !).

Oui, les temps sont durs. Oui, il nous faut prier et jeûner d'abord pour travailler à notre propre conversion, et ensuite pour laver les souillures qui, malheureusement, ont sali l'Église – laquelle reste pourtant, mystérieusement mais très réellement, la sainte Epouse du Christ, immaculée et sans tache. Oui, il faut tout faire pour rendre justice et consoler les victimes de ces actes odieux.

Mais oui, aussi, il faut nous battre. Nous battre pour l'honneur de l'Église qui n'a rien à voir avec les turpitudes de ses membres. Nous battre pour l'honneur des 98% de prêtres innocents et pourtant cloués au pilori. Nous battre pour que l'État jacobin ne détruise pas les sacrements qui nous font vivre. Plus que jamais, nous avons cruellement et urgemment besoin d'un « temporel chrétien ». Et le Salon beige sert

principalement à cela : donner la parole aux fidèles qui « se bougent », à ceux qui se battent pour la vie innocente, pour la famille naturelle, contre les perversions en tout genre, pour la liberté scolaire – pour les principes non négociables en un mot (ce que la Macronie piétine quotidiennement).

Si, comme moi, vous pensez est plus que jamais nécessaire, alors aidez-nous ! Nos amis du monde entier sont derrière nous. Mais il impératif que les catholiques de France se lèvent et se mobilisent [...].³²¹ »

Les rédacteurs de l'appel présentent donc les dons comme le moyen de se « battre pour l'honneur de l'Église » et contre la destruction des sacrements par le pouvoir politique. L'ennemi est donc précisé, quand il ne l'était pas dans les deux exemples précédents. Pour autant, ces trois exemples ont des traits communs : les dons des internautes y sont présentés comme des apports nécessaires à une *lutte idéologique et civilisationnelle*, visant à affirmer des valeurs présentées comme menacées. La rhétorique employée dans ces différents appels repose d'ailleurs sur la mobilisation d'un vocabulaire martial. Cette logique est complétée par un sentiment d'urgence, qui est particulièrement sensible dans les *newsletters* de *Breizh Info*.

Le don représente donc le mode de financement le plus commun dans le monde de la réinformation. Certains des contre-médias proéminents parviennent ainsi à obtenir par ce biais des sommes substantielles qui représentent l'essentiel de leurs apports financiers. Le don n'est cependant pas toujours suffisant pour réunir les montants nécessaires, comme l'illustre l'exemple de *Paris Vox*. En effet, le site régional de réinformation ne parvient pas à réunir les 1.000 euros nécessaires à son bon fonctionnement. En conséquence, les médiactivistes sont contraints à recourir à l'autofinancement pour compléter les sommes manquantes. J'ai par ailleurs noté que les contre-médias se finançant par le don adoptent pour beaucoup une forme juridique leur permettant de proposer aux donateurs d'obtenir une réduction fiscale. Ce faisant, les dons du public sont encouragés. Les appels aux dons des internautes font par ailleurs régulièrement l'objet d'une théâtralisation et d'une dramatisation. Les médiactivistes s'y présentent comme les derniers défenseurs de valeurs menacées par le *système*, des groupes minoritaires ou encore l'État. Dans cette perspective, contribuer au financement des contre-médias est présenté comme le

³²¹ Guillaume de Thieulloy, Newsletter du Salon beige « Je compte sur vous », 12 octobre 2021.

moyen de soutenir et d'affirmer ces valeurs, ainsi que de s'opposer à ceux suspectés de les mettre en danger.

5.3.2.3. Les contre-médias et le marché : oppositions et intégrations

Je range dans la catégorie des financements passant par le marché l'ensemble des transactions monétaires adossées à des transactions marchandes (Weber, 2000). À l'instar des médias conventionnels évoqués plus tôt dans ce chapitre, les contre-médias de réinformation peuvent faire le choix de s'adresser à deux clientèles distinctes : les annonceurs et le public. La littérature relative à l'économie des médias distingue classiquement deux types de revenus obtenus auprès de ces deux clientèles : les revenus publicitaires et les revenus éditoriaux (Sonnac et Gabszewicz, 2013). Il en va de même pour les contre-médias de réinformation. Des travaux traitant des usages d'Internet par l'extrême droite ayant insisté sur la présence des modules d'e-commerce sur les sites, je prends par ailleurs compte des éventuels revenus commerciaux.

5.3.2.3.1. La publicité, entre refus et pratique

Comme je l'ai précédemment observé, la publicité est décrite par les médiactivistes de réinformation. Ceux-ci la perçoivent tout à la fois comme un levier permettant aux annonceurs d'exercer une influence sur les lignes éditoriales des médias et comme le véhicule de valeurs délétères. Pour autant, elle est un mode de financement adopté par 22% des sites et blogs du corpus au moment de son codage. Les annonces peuvent aussi bien renvoyer aux productions d'autres médias de réinformation qu'à des produits de consommation, comme l'illustre l'exemple des bandeaux présentés sur *Fdesouche* (Figure 13), le premier renvoyant au site de la revue *Éléments*, quand le second dirige vers une e-boutique « patriote » vendant notamment des cosmétiques et de la maroquinerie. Plus généralement cependant, les publicités promeuvent des produits de grande consommation, sans homologie avec le monde de la réinformation. Les entretiens avec les enquêtés ne m'ont pas permis de connaître les tarifs pratiqués par les contre-médias. Il m'est ainsi impossible

d'estimer l'importance des recettes publicitaires effectivement collectées par les sites et blogs du corpus³²².

Figure 13 : L'article de FdeSouche présente plusieurs bandeaux publicitaires, renvoyant vers le site de la revue *Éléments*, ainsi que vers le site de e-commerce « patriote et solidaire » *Terre de France* (capture au 24 décembre 2021)

La publicité concerne donc près d'un quart des sites du corpus. Pour autant, les entretiens ont permis de révéler que cette modalité de financement reste décriée par certains des médiactivistes. L'illustrent les propos du rédacteur en chef d'un contre-média local, initialement interrogé sur les rapports qu'il entretient avec ses homologues régionaux :

« Donc, voilà, Breizh Info... D'ailleurs, je m'en suis entretenu avec Philippe Milliau, avec qui on se connaît tellement qu'on peut vraiment se dire tout ce qu'on pense. Moi, je lui ai dit que mon modèle, ce n'est pas Breizh Info. Moi, je ne veux pas faire de pub. Moi, je ne veux pas rentrer dans une logique commerciale. Moi, je ne fais pas concurrence à [titre de PQR], donc voilà. Je suis ailleurs, sur mon petit créneau, et ça

³²² Les informations données par la régie de Google, Ad Sense, permettent cependant d'estimer grossièrement les revenus publicitaires des contre-médias en fonction de leur fréquentation : 5.000 euros par an pour ceux affichant 50.000 pages vues tous les mois, 72.000 euros par an pour 3 millions de pages vues mensuellement, et 240.000 euros pour 10 millions de pages vues tous les mois. *Média-Press-Info* affiche environ 333.000 pages consultées en août 2022, et peut donc prétendre à un revenu potentiel de 8.000 euros sur l'année s'il a recours à la régie Ad Sense. *Planète 360* affiche plus de 300.000 pages vues en août 2022 et pourrait ainsi obtenir plus de 75.000 euros de revenus publicitaires sur l'année. *Fdesouche* affiche plus de 15 millions de pages vues au mois d'août 2022, chiffre trop important pour le simulateur de Google. https://www.google.fr/intl/fr_fr/adsense/start/?gclid=Cj0KCCQjwguGYBhDRARIsAHgRm49_r3STrsFbYV_d32bAPztt6v_HtWQjO37nHGufg1Rne_QQmeqOtkWoaAutTEALw_wcB#calculator.

va bien avec mon petit budget. Moi, je ne veux pas... J'ai du mal. Régulièrement, je reçois des propositions pour faire de la publicité. Je ne veux pas. Je ne veux pas retrouver la même pub. Moi, quand je vais sur Breizh Info, ça me fait mal. Je retrouve la pub « voilà comment isoler vos combles avec machin ». Je vais sur un autre site et je retrouve la même pub. Je trouve ça dommage quand on est Breizh Info. Moi, [je ne vous vois pas] faire de la pub pour l'isolation des combles, et en plus la même pub partout. À la limite, si un restaurant ou un hôtel local me dit « voilà, vous me faites un publi-reportage, on s'arrange, et je vous donne 1000 euros, et vous faites quelque chose sympa pour mon établissement », ça je ne dirais pas non, vous voyez. Mais je n'irai pas le chercher, et puis voilà. Mais il y a des gens qui rôdent autour de ça. Les trois quarts, si ce n'est plus, en anglais. Donc voilà, vendre des pubs en anglais, c'est pas mon truc. Je n'y comprends rien d'ailleurs, ils me demandent « est-ce que vous faites ci et ça ? »... Mais voilà, je ne veux pas entrer là-dedans, ça ne m'intéresse pas ».

Ici, la publicité est pointée du doigt car elle représente plusieurs limites. La première concerne la logique commerciale que sous-tend la présence de publicités. Celle-ci s'imposerait au détriment de la perspective militante défendue par le médiactiviste. La volonté de dégager des revenus publicitaires est ainsi présentée comme une caractéristique des médias *mainstream*. Finalement, est aussi critiquée l'uniformité des publicités présentées en ligne, qui seraient en outre rédigées en premier lieu en langue anglaise, point forcément problématique pour des acteurs issus de la mouvance identitaire.

5.3.2.3.2. Les revenus éditoriaux

Un cinquième des contre-médias du corpus (20.5%) dégage des revenus éditoriaux par le biais d'abonnements ou par la vente à l'unité. Les abonnements concernent évidemment en premier lieu les contre-médias publiant des éditions imprimées à l'image de *L'Incorrect*, de *Faits et documents*, ou encore de *Renaissance catholique*. Ces médias proposent généralement plusieurs formules d'abonnement : aux formats imprimés, seulement ; limité aux contenus en ligne ; ou encore combinant ces deux offres. Quelques *pure players* conditionnent de la même manière l'accès à leurs contenus – en tout ou partie – à l'abonnement des internautes. C'est par exemple le cas du *Média pour Tous*. Chacun des reportages vidéo produits par le contre-média est proposé en deux versions distinctes : les non-abonnés accèdent à une « version courte » quand les abonnés peuvent les visionner en intégralité. L'observation des différentes formules d'abonnement montre par ailleurs que les tarifications adoptées sont variables, sans que ces différences ne se traduisent dans l'offre proposée. Les

principes alors appliqués ne correspondent donc pas à des stratégies de *versioning* comparables à ce qui est observé dans les médias *mainstream* (Benghozi et Lyubareva, 2013 ; Sonnac et Gabszewicz, 2013). Ils répondent en effet à deux critères : la propension à payer des internautes pour certains contenus, ainsi que le niveau de soutien qu'ils apportent au contre-média. Au moment du codage, l'*Étudiant libre* proposait ainsi un abonnement à 25 euros pour 5 numéros, ainsi qu'une seconde formule de « soutien » proposant la même offre pour le double de ce prix. De la même façon, l'offre du *Média pour Tous* intègre une gamme tarifaire allant de 5 à 100 euros, et le mensuel *Militant* propose trois formules d'abonnement pour l'année (11 numéros), comprises entre 59 et 160 euros. Ces principes de tarification sont le reflet de la nature militante des contre-médias. Le non-alignement des transactions monétaires avec la valeur effective des transactions marchandes traduit en effet l'opportunité laissée aux abonnés de s'acquitter d'un surplus appelé à refléter financièrement le soutien moral apporté aux médiactivistes.

La vente à l'unité des contre-médias sous forme d'imprimés nécessite de son côté de bénéficier d'un réseau de distribution. Dans le cas de la presse alternative progressiste, Chris Atton (2002) distinguait différentes modalités permettant la circulation des titres : la vente à la criée ; la distribution gratuite dans les centres urbains ; la vente et la distribution à travers des réseaux de libraires et disquaires ; ainsi que le passage par des *infoshop*, lieux de rencontre mis en place dans les squats anarchistes. Ces modalités sont-elles aussi celles employées par les contre-médias de réinformation ?

Certains d'entre eux comme *Valeurs Actuelles*, *L'Incorrect* ou *Présent* bénéficient de réseaux de distribution se superposant avec ceux employés par la presse *mainstream*. Ces titres sont en effet disponibles dans un grand nombre de kiosques et de maisons de la presse. La distribution des contre-médias plus confidentiels passe cependant par d'autres voies. J'ai ainsi constaté à l'occasion d'observations des mobilisations internes organisées par *Polémia* que des étals étaient généralement présents, proposant des ouvrages ainsi que des revues et journaux. Les événements de ce type semblent ainsi constituer des occasions permettant la mise en circulation de ces titres. Les entretiens avec les médiactivistes de l'*Étudiant libre* – qui ont depuis abandonné le format imprimé – ont aussi été l'occasion d'observer que des réseaux ad hoc peuvent être mis en place. J'avais moi-même pris connaissance de

ce titre en voyant un numéro présenté à la Nouvelle Librairie. Il s'agissait cependant en réalité du seul commerce le proposant à la vente. Les médiactivistes avaient en effet mis en place un réseau composé de leurs connaissances dans différentes villes étudiantes, vendant le titre à la criée et pouvant être contactées par les RSN pour le vendre aux personnes intéressées.

« Je voulais vous poser une question au sujet des ventes dans les points de distribution. Évidemment, pas aujourd'hui... Vous savez ce que ça a représenté quand vous réussissiez à les vendre ?

Du coup, ça, c'était une vente à la criée, autour de ses proches et tout. Et du coup, le premier s'est vendu à mille numéros. Après, on a un peu baissé quand même. Et on a dû être autour de 800, je pense.

C'était organisé vraiment en vente à la criée comme vous dites, ou il y avait des points de distribution un peu plus stables aussi ?

En fait, c'était surtout des personnes stables. Les gens savaient qui contacter pour se le procurer. Et... Et puis il y avait notamment une page Facebook par ville où on était présents. Et donc, les gens contactaient la personne qui avait le numéro par la page, et s'arrangeaient pour lui acheter le numéro, par exemple » (Entretien avec Antoine, 5 décembre 2020).

Il convient finalement de noter que certains des contre-médias du corpus ont établi un partenariat avec Le Club de la Presse³²³. Cette offre en ligne – qui rémunère ses contre-médias partenaires – permet aux internautes, moyennant abonnement, d'accéder aux contenus produits par une vingtaine de publications de droite et d'extrême droite. Plusieurs de celles-ci appartiennent au corpus, à l'image de *L'Étudiant libre*, de *La Nef* ou encore de *Présent*.

5.3.2.3.3. Les revenus commerciaux

Dans le corpus, 41 des sites et blogs ont recours au e-commerce. Les recettes commerciales représentent ainsi le second mode de financement le plus commun pour les contre-médias de réinformation. Dans ce cadre, les biens les plus fréquemment proposés aux internautes sont les livres. Ils peuvent être proposés *via* une boutique directement implantée sur le site des contre-médias, ou à travers des plateformes tierces telles que des librairies et éditeurs d'extrême droite, ou encore Amazon. Dans les configurations dans lesquelles les sites et blogs redirigent vers des sites tiers, les contre-médias perçoivent un pourcentage du produit des ventes qu'ils facilitent en tant que pourvoyeurs de trafic. Les contre-médias adossés à des

³²³ Site du Club de la Presse, URL : <https://www.leclubdelapresse.fr/l-offre/>.

médias imprimés (par ex. ici *Présent*, *Causeur* ou *Éléments*) proposent aussi généralement à la vente d'anciens numéros tirés de leurs archives. Sur les quarante et un contre-médias recourant au e-commerce, quarante ont ainsi développé une librairie ou un kiosque en ligne vendant des livres, revues et journaux en format physique. L'importance donnée à l'édition à l'extrême droite a déjà été soulignée (Camus, 1996 ; Camus et Monzat, 1992 ; François, 2013), et il convient de noter que certains des médiactivistes sont d'ailleurs engagés auprès de maisons d'édition à travers lesquelles ils font publier des ouvrages. C'est par exemple le cas des éditions « Kontre Kulture » dirigées par Alain Soral³²⁴ d'*Égalité & Réconciliation* (Salvi, 2016) ou des éditions « Jeanne » dirigées par le créateur et principal animateur du *Media pour Tous*³²⁵.

Au-delà des ouvrages, des biens de diverses natures sont parfois mis en vente par les contre-médias. Il s'agit alors notamment de vêtements et d'autocollants permettant d'afficher des affinités politiques et militantes. Quelques-uns des contre-médias proposent aussi des accessoires de natures variées (parfum, maroquinerie, etc.). Le site de *Jeune Nation* (Figure 14), qui se présente à la fois comme un espace de réinformation et un mouvement politique, met ainsi en vente des ouvrages destinés à la formation intellectuelle des internautes et sympathisants, mais aussi du matériel militant, sous la forme d'autocollants ou encore de vêtements, dont Cynthia Miller-Idriss (2017) a noté la force de symbole et de signe de reconnaissance pour les jeunes engagés à l'extrême droite.

³²⁴ La maison d'édition publie évidemment les productions de l'agitateur antisémite, ainsi qu'une variété d'ouvrages dont les auteurs – décédés ou vivants – sont caractérisés par une position manifeste à l'extrême droite, depuis *Pour un nouveau contrat social* de Serge Ayoub, ancien dirigeant du mouvement Troisième Voie jusqu'à *Combat pour Berlin* de Joseph Goebbels. Site des éditions Kontre Kulture. URL : <https://kontrekulture.com/>.

³²⁵ Site des éditions Jeanne. URL: <https://www.editions-jeanne.fr/>. En septembre 2022, deux ouvrages seulement était publiés par cette maison d'édition : une réédition de *Les censeurs contre la République* de Jean Bricmont (initialement publié aux éditions de l'Herne), ainsi qu'une biographie d'Hugo Chávez accompagnée d'une compilation de ses discours.

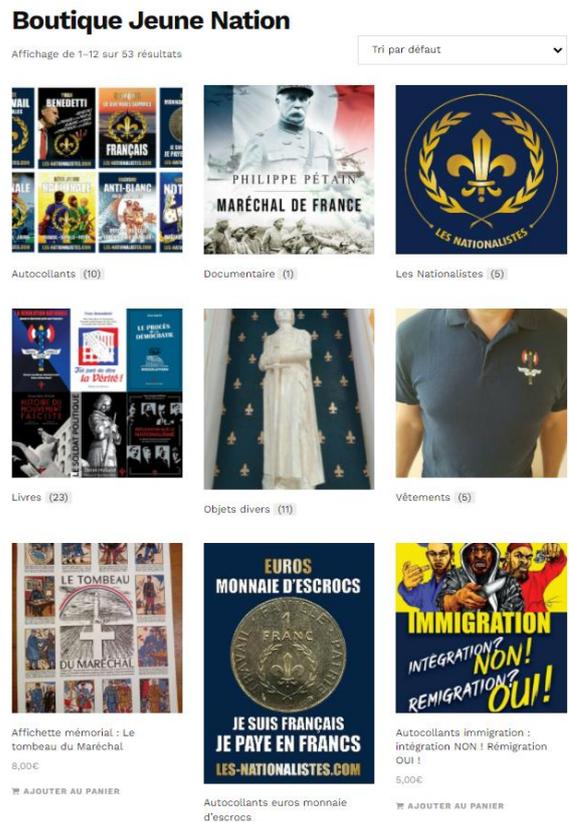


Figure 14 : Jeune Nation propose 55 produits, des livres, mais aussi objets permettant d'afficher son militantisme dans les milieux nationalistes (autocollants, vêtements, symboles nationalistes) (capture au 24 novembre 2021)

Je range finalement les revenus tirés de l'organisation de mobilisations internes parmi les revenus commerciaux des contre-médias. Celles auxquelles j'ai assisté, organisées par *Polémia*, nécessitent en effet de s'acquitter de frais d'entrée. Comme dans le cas des revenus éditoriaux, la même offre se voit assigner différentes tarifications, appelées à refléter le soutien apporté aux médiactivistes. J'ai ainsi remarqué dans mes notes d'observation de la Cérémonie des Bobards d'or, en 2019, que trois tarifications étaient proposées : l'entrée *normale* était facturée 10 euros, quand la formule de *soutien* était à 30 euros et celle de *donateur* à 50 euros.

Les contre-médias peuvent donc dégager trois types de recettes. La publicité, bien que critiquée par une partie des médiactivistes, est présente chez plus d'un cinquième des contre-médias du corpus. Partant, les annonces constituent une importante source de revenus potentielle, même s'il n'a pas été possible d'évaluer les revenus effectifs qu'en tirent les contre-médias. Ceux-ci peuvent aussi obtenir des recettes éditoriales. Les revenus éditoriaux vont être générés par les abonnements du public aux contre-médias, que ceux-ci prennent la forme de médias imprimés ou de *pure players*. Comme je l'ai de plus noté, un acteur du monde de la

réinformation – Le Club de la presse – propose par ailleurs aux internautes de s’abonner à un *bundle* permettant aux internautes d’accéder aux articles de plusieurs des contre-médias du corpus. La vente à l’unité des contre-médias imprimés permet de la même manière de dégager des revenus, mais nécessite leur intégration à des réseaux de distribution. La possibilité de dégager des recettes commerciales résulte de la possibilité laissée aux médiactivistes d’insérer des modules d’e-commerce sur les sites et blogs, servant essentiellement à vendre des livres, des revues et du matériel militant. Dans quelques cas, ces revenus sont aussi liés à l’organisation de mobilisations internes, à l’image de celles organisées par la fondation *Polémia*. Dans certains cas, j’ai observé que la tarification des biens commerciaux et éditoriaux n’était pas fixée par des mécanismes de marché et que plusieurs tarifs étaient proposés aux internautes. Ces différentes gammes de prix sont généralement présentées comme le moyen de refléter financièrement le niveau de soutien moral apporté aux initiatives médiactivistes. Par l’adoption de ces modes de fixation des prix, les contre-médias se distinguent clairement des médias *mainstream* et affichent leur nature militante.

5.3.2.4. *L’État et le financement des médias de réinformation*

Quand bien même cela passe par des voies indirectes, l’État français participe au financement des contre-médias de réinformation. Pour ceux dépendant en premier lieu des dons du public, cette contribution passe par la défiscalisation d’une partie des sommes apportées par les internautes. Comme je l’ai précédemment exposé, l’adoption de formes juridiques spécifiques (notamment associatives) a pour effet d’aboutir à une défiscalisation des dons reçus, à hauteur de 66% et dans la limite de 20% des revenus. Partant, la collectivité apporte une contribution indirecte aux médias de réinformation se finançant à travers le don des internautes. Par ailleurs, les contre-médias proposant des éditions imprimées intégrées aux circuits *mainstream* de distribution de la presse (par ex. *Présent*) bénéficient de l’ensemble des aides indirectes – essentiellement des dispositions fiscales – apportées au secteur de la presse écrite. Dans ces conditions – et quand bien même les médiactivistes sont prompts à dénoncer un secteur médiatique qui ne survivrait que grâce à l’intervention de l’État – le développement de la réinformation s’appuie en partie sur des dispositifs fiscaux qui lui sont profitables.

Par-delà cette dimension, quelques-uns des contre-médias du corpus bénéficient de financements étatiques directs. C'est notamment le cas de *Sputnik* et *Russia Today*, qui sont des pièces du dispositif diplomatique russe, et qui jouissent en conséquence d'importants subsides de l'État. *RT* bénéficiait ainsi d'un budget de 20 millions d'euros à son lancement en France, lui permettant de compter une cinquantaine de journalistes. Aussi, comme le note Tristan Mattelart, « [avec] *RT* en français, la galaxie de la "ré-information" s'est dotée d'un média qui, grâce aux financements de l'État russe, est moins soumis aux contraintes économiques que celles que connaissent ses autres composantes » (2018, p. 945). Une même logique peut aussi être appliquée à *Sputnik*. De manière plus anecdotique, les entretiens avec les médiactivistes du *Visegrád Post* ont été l'occasion de noter que le contre-média avait bénéficié d'une aide au développement versée par le gouvernement hongrois. Le directeur de la publication, franco-hongrois résidant à Budapest, avait en effet déposé un dossier dans ce cadre, qui avait abouti par l'obtention d'une subvention de 12.000 euros pour l'année 2019.

Comme je l'ai montré, le paysage formé par l'ensemble des médias de réinformation est relativement hétérogène d'un point de vue économique. Ce constat peut être en premier lieu porté dans l'étude des conditions de production des contre-médias. Une partie engage des dépenses très limitées. C'est notamment le cas des sites et blogs proposant des articles et des billets rédigés par des rédacteurs bénévoles. Cette configuration apparaît comme la plus commune dans le monde de la réinformation, et les contre-médias régionaux *Burdigala Presse*, *Paris Vox* ou *Nice Provence Info* en sont les exemples. Dans le même temps, l'activité d'une partie des contre-médias est beaucoup plus intensive en ressources matérielles et humaines. Dans ce cas, des dépenses conséquentes peuvent être engagées dans l'achat de matériel, ainsi que dans la rémunération de médiactivistes et de personnels de renfort. L'exemple de *TV Libertés* – web-TV ayant pour ambition de partager les qualités esthétiques des chaînes *mainstream* – illustre parfaitement cette tendance. Sa production audiovisuelle nécessite en effet de disposer de studios d'enregistrement et de matériel de captation de qualité, ainsi que de rémunérer des personnels de renfort spécialisés. La web-TV a de plus fait le choix à sa création de rémunérer les

médiactivistes appartenant à sa rédaction, et travaillant notamment sur le Journal proposé quotidiennement aux internautes. Du fait de ces postes de dépenses, *TV Libertés* présente un budget annuel d'1,8 million d'euros (Tableau 14). Par-delà les questions budgétaires *stricto sensu*, le monde de la réinformation se distingue de celui des médias alternatifs progressistes par les opportunités de professionnalisation qu'il propose en son sein. L'engagement des acteurs – médiactivistes et personnels de renfort – auprès des contre-médias semble être motivé en premier lieu par des considérations idéologiques, mais les opportunités de dégager un revenu permettent de maintenir leur implication. Si tous les contre-médias ne peuvent pas effectivement rémunérer les acteurs, cette potentielle professionnalisation peut avoir pour effet de conjurer les effets désincitatifs causés par la fragilité économique des médias alternatifs progressistes (Atton, 2002). Le chapitre consacré aux carrières médiactivistes dans le monde de la réinformation permet justement d'explorer cette dimension (Chapitre 7).

L'hétérogénéité est de la même façon observable dans les modalités de financement adoptées par les contre-médias. Comme je l'ai souligné, l'autofinancement est adopté en premier lieu par les sites et blogs reprenant des informations glanées en ligne, et ayant en conséquence de faibles besoins matériels et humains. Il est aussi adopté pour compléter les recettes, potentiellement insuffisantes, des contre-médias. L'exemple de *Paris Vox*, qui ne dégager que 500 euros de dons annuellement pour un budget de 1000 euros illustre parfaitement cette possibilité. J'ai insisté sur le fait que le financement des contre-médias repose pour beaucoup sur le don des internautes. Des appels à la générosité ont ainsi été lancés au moment de la création d'initiatives requérant des sommes importantes pour leur lancement, comme l'illustrent les exemples de l'*OJIM* et de *TV Libertés*. Plus généralement, les dons constituent une source structurelle de financement pour une partie des acteurs du monde de la réinformation, qui en dépendent donc. Confronté à ce constat, j'ai cherché à éclairer la rhétorique employée dans les campagnes d'appel aux dons déployées par certains des contre-médias. Ceci a été l'occasion d'observer une forme de théâtralisation : les médiactivistes se décrivent invariablement comme engagés dans une lutte idéologique les opposant à des acteurs porteurs de valeurs opposées aux leurs (l'État ou le *système*). En se présentant comme les derniers remparts faisant face à une menace de déstabilisation, ils véhiculent la représentation

suivante : l'aide financière qui leur est apportée permet la protection des valeurs et principes valorisés par l'endogroupe, et *in fine*, la sauvegarde de la civilisation. Ces constats invitent à prolonger l'analyse, en étudiant la participation économique des internautes aux contre-médias, et en interrogeant les sentiments d'appartenance à un même groupe qui s'expriment par ce biais.

Trois types de recettes pouvant être captées par les contre-médias ont été identifiées. Deux croisent les formes de revenus des médias *mainstream* (Sonnac et Gabszewicz, 2013) : les recettes publicitaires et les recettes éditoriales. S'y ajoutent des recettes commerciales, qui correspondent aux revenus tirés de l'intégration de modules de e-commerce et vendant généralement des livres et du matériel militant. L'étude des offres éditoriales et commerciales a par ailleurs permis d'éclairer une spécificité. Les prix – de certains abonnements et des droits d'entrée aux mobilisations internes – ne sont pas uniquement fixés en fonction de mécanismes classiques de marché. Au contraire, la possibilité est laissée aux internautes de s'acquitter de sommes supérieures au prix « normal ». Ce faisant, certaines des transactions dans le monde de la réinformation n'ont pas vocation à être affectivement neutres (Weber, 2000). Cette dimension rompt avec les usages de la sphère médiatique *mainstream*, et reflète économiquement la nature engagée et militante des contre-médias. Ces différents éléments laissent entendre que les médiactivistes parviennent à tirer tout à la fois profit des spécificités de l'économie numérique et des dispositions légales relatives au secteur associatif.

Le monde de la réinformation compte donc des contre-médias caractérisés par une faible mobilisation de ressources matérielles et humaines, dans lesquels les médiactivistes travaillent à titre bénévole. Ceux-là sont proches, dans leurs conditions économiques de développement, des médias alternatifs progressistes dont j'ai souligné la fragilité structurelle (Atton, 2002). Dans le même temps, un segment du monde de la réinformation est marqué par une forte intensité dans la mobilisation de ressources matérielles et humaines. Chez ces contre-médias, les médiactivistes sont rémunérés pour leur implication et leur production, de la même manière que le sont les personnels de renfort qui concourent à la bonne réalisation des produits médiatiques. Ce segment se départit en conséquence des propriétés des médias alternatifs telles qu'exposées, au moins au niveau économique, en étant influencé par des dynamiques de professionnalisation. Certaines des modalités de financement

employées se distinguent cependant des pratiques *mainstream*. C'est notamment le cas de l'important recours aux dons de particuliers, qui marque une rupture avec les modes de financement adoptés par les médias conventionnels, qui privilégient généralement le marché et l'État à la société civile. Dans le même temps, j'ai souligné que la rupture avec les logiques des médias conventionnels n'est pas totale, alors qu'un quart des contre-médias de réinformation présente des publicités aux internautes.

CHAPITRE 6. PARTICIPATION ET *GATEKEEPING* DANS LE MONDE DE LA REINFORMATION

6.1. Les médias contestataires, une information sans journalistes ?

6.1.1. Verticalité et horizontalité chez les médias contestataires progressistes

La littérature traitant des médias contestant le *statu quo* social, politique et économique identifie généralement deux catégories, qui se distinguent par les principes qui régissent leur organisation (Atton, 2002 ; Cardon et Granjon, 2010 ; Downing, 2001). La première catégorie correspond à la presse révolutionnaire d'inspiration léniniste (Pimlott, 2015). Y sont institués des modèles hiérarchiques et verticaux : une élite éditoriale s'exprime dans les colonnes au nom des populations faisant l'expérience de la domination, qui constituent le public du titre. Le rôle des médias militants est, dans ce cas, d'éclairer ces populations dominées sur leurs conditions matérielles d'existence, ainsi qu'au sujet de leur statut subordonné permettant la transition de « classe en soi » à « classe pour soi ». Comme l'écrivent Dominique Cardon et Fabien Granjon, « il faut [pour ces médias] éclairer les masses et leur faire bénéficier du savoir dont bénéficient les avant-gardes les plus éclairées » (Cardon et Granjon, 2010, p. 29). Dans cette perspective, les travailleurs sont approchés en premier – et unique – lieu comme les destinataires de ces journaux, et non comme des acteurs appelés à témoigner directement de leurs expériences ou de leurs subjectivités. Ce modèle de presse révolutionnaire, hiérarchique et vertical, est né dans la Russie prérévolutionnaire (Lénine créant le *Vperiod* sur ce principe en 1904), et a créé des émules, inspirant par exemple les publications marxistes-léninistes québécoises des années 1960 et 1970. Comme le souligne John Downing (2001), l'adoption d'une organisation verticale est justifiée dans d'autres contextes que celui de la Russie prérévolutionnaire, comme l'illustre son exemple des médias catholiques polonais pendant la période de la domination soviétique. En effet,

l'expérience de la répression d'État motive la création de médias clandestins animés par des noyaux militants de taille réduite, se proposant au public comme une élite éditoriale.

La seconde catégorie correspond à des désignations variées dans la littérature, ayant à chaque fois pour objet de se distinguer du modèle précédemment mentionné. Elle est ainsi qualifiée par Chris Atton de « médias de libération », de « médias auto-gérés » par John Downing, ou encore de médias communautaires (*community media*) par une partie de la littérature (Day, 2011 ; Fernanda Madriz, 2011 ; Rennie, 2011). Si les critères définitoires attachés à chacune de ces dénominations peuvent varier dans la littérature dense consacrée au sujet, *in fine* toutes ces expressions servent à désigner des organisations plus horizontales et plus ouvertes que les médias marxistes-léninistes. Organisations dont les membres sont engagés dans des activités de *native reporting* (Atton, 2002), c'est-à-dire dans la production d'informations intéressant en premier lieu les groupes auxquels ces médias s'adressent et dont les médiactivistes font partie. Les médias communautaires³²⁶ représentent à cet égard des exemples présentant un grand intérêt. Ils sont tout à la fois le produit et les catalyseurs de communautés – adossées à une appartenance géographique et/ou sociale commune, facilitant l'émergence d'une communauté d'interprétation commune (Carpentier, Lie *et al.*, 2003) – et visent à instaurer des relations horizontales entre leurs membres, brouillant les frontières classiquement admises qui distinguent le public des producteurs de contenus. Les dispositifs alors adoptés ne font pas qu'admettre la possibilité pour tous de participer, ils doivent la faciliter, en offrant à chacun et chacune une place au sein du média. C'est ainsi que les formes audiovisuelles sont généralement favorisées (Downing, 2001), en ce qu'elles permettent aux participants de s'affranchir des contraintes formelles de l'expression écrite. Ce faisant, les médias communautaires ont pour objet de refléter et de servir les intérêts des populations composant ces communautés (Howley, 2005, 2015b). Ceci explique d'ailleurs que leur portée soit généralement faible, circonscrite à un bassin géographique défini, comme l'illustre l'exemple des télévisions américaines en *public access* (Stein, 2001).

³²⁶ Si l'expression est utilisée dans une variété d'articles et de productions universitaires, il faut bien noter qu'elle fait l'objet de discussions (notamment relatives à la manière dont il serait possible de les circonscrire), comme l'illustre par exemple John Downing dans son ouvrage *Radical Media* (2001).

Ainsi définis, les médias communautaires s'inscrivent pleinement dans la perspective expressiviste décrite par Dominique Cardon et Fabien Granjon, caractérisée par « une vision participative des médias qui insiste sur l'*empowerment*, la réflexivité, l'autodidaxie, l'expérimentation et la réappropriation de la parole » (2010, p. 18). Cette vision participative se traduit concrètement par la constitution de forums ouverts à tous, et, *in fine*, par l'élargissement du spectre des individus habilités à participer à la production des contenus médiatiques et à faire entendre leurs voix. Ce faisant, ces médias rompent avec la représentation des médias comme arènes de consécration d'une parole experte. À la place s'impose plutôt l'affirmation des subjectivités et des expériences individuelles et ordinaires. La rupture engagée par ces médias communautaires réside en conséquence en premier lieu dans leur fonctionnement, en représentant des organisations ouvertes aux participations de chacun. Laura Stein (2001) illustre justement ce point dans un chapitre consacré aux chaînes de télévision communautaires étasuniennes. Son étude se concentre ainsi sur trois de ces médias, ayant en commun d'être animés par un noyau dur de médiactivistes et d'échapper aux logiques de division fonctionnelle stricte des charges. Chaque bénévole y assume différentes tâches et l'implication de chacun est plus fonction des disponibilités des individus que de leurs compétences. Plus encore, ces chaînes sont caractérisées par un fort degré d'ouverture aux apports du public, qu'il s'agisse pour ce dernier de fournir des images appelées à être éditées et intégrées aux programmes ou de suggérer des idées de nouvelles émissions.

Les médias communautaires se sont ainsi développés, notamment par l'entremise d'initiatives audiovisuelles locales, à la fois dans les pays du Nord (Jauert, 2015 ; Lewis, 2015) et du Sud. Le travail mené en Colombie par Clemencia Rodriguez (2001) permet justement d'introduire la notion connexe de *médias citoyens*. Ces derniers exemplifient parfaitement le phénomène des médias communautaires. Ils s'insèrent ainsi dans les logiques précédemment exposées, en formant des espaces de participation et d'imagination collective, auxquels tous les membres d'une même communauté sont invités à participer. En donnant l'opportunité à tous de s'exprimer, y compris les populations marginalisées et invisibilisées, ces médias citoyens contestent directement le pouvoir d'exclusion exercé par les médias dominants. L'opposition avec ces derniers est affirmée par plusieurs points soulignés par l'auteure : l'évanouissement des frontières séparant émetteurs et récepteurs des

messages médiatiques, la proximité des contenus avec les codes culturels du public, ainsi que l’affirmation d’objectifs échappant aux logiques commerciales. La multiplicité des voix alors appelées à s’exprimer permet évidemment de représenter la richesse du monde social, d’autant qu’elles sont invitées à mettre au cœur de leur discours des préoccupations locales et quotidiennes. Au-delà de ce point, l’auteure considère que l’implication auprès de ces médias permet de faire l’exercice de sa citoyenneté³²⁷ et conduit à *l’empowerment* des individus. Si Clemencia Rodriguez insiste sur le potentiel contestataire porté par ces médias, elle souligne aussi deux points. Le premier concerne les exclusions qui freinent la participation aux médias. Celles-ci ne seraient pas abrogées par ces formes participatives, mais simplement déplacées et il apparaîtrait illusoire de considérer que l’idéal participatif porté par ces formes alternatives est pleinement réalisé. La seconde limite notée par l’auteure réside dans la démythification toute relative de la participation aux médias. Quand bien même la participation régulière à la production de contenus audiovisuels devrait aboutir à une banalisation du rapport des citoyens aux médias audiovisuels, elle observe que ces enquêtés continuent à entretenir une représentation empreinte de *glamour* des productions médiatiques.

6.1.2. Médias alternatifs en ligne et pratiques participatives

L’essor du numérique a permis aux médiactivistes de s’affranchir des obstacles qui s’imposaient précédemment à eux et de former des communautés transcendant les barrières géographiques, adossées à une pratique linguistique commune, à des origines ethniques ou des intérêts partagés – notamment de nature politique (Lewis, 2015). De nouveaux dispositifs techniques ont, de plus, facilité la publication autonome de contenus par les internautes, et ceci à faibles coûts. Comme l’écrivent Dominique Cardon et Fabien Granjon, l’informatisation des sociétés et la montée de l’informatique connectée ont conduit à une individualisation de la production d’information, ceci d’autant plus que l’« indistinction [...] entre les rôles de producteurs et de consommateur d’information [est] constitutive d’Internet dès son origine » (2010, p. 117). Si la possibilité pour chacun de s’exprimer en ligne sert

³²⁷ Son approche se fonde ici sur les textes de Chantal Mouffe, pour qui la citoyenneté n’est pas définie comme un statut fixe ouvrant des droits individuels, mais comme une le résultat d’une pratique quotidienne.

le plus souvent à procéder à des « bricolages esthético-identitaires » (Allard, 2005) et à entretenir des liens affinitaires de nature variée, elle porte aussi un potentiel d'élargissement de la participation aux médias alternatifs. Deux exemples tirés de la littérature et traitant des initiatives médiactivistes insérées dans les combats altermondialistes dans les années 1990 et 2000 illustrent ce point. Les médias alternatifs ont ainsi mis à profit l'organisation réticulaire induite par l'informatique connectée. Le retour sur ces deux exemples permettra par ailleurs d'insister sur certaines des limites inhérentes à cette ouverture à des voix plus nombreuses.

Le premier exemple illustrant cette ouverture est le réseau intercontinental de communication alternative (RICA) initié en 1996 par le mouvement zapatiste, résultant de l'animation de deux réseaux distincts : un « réseau intercontinental de résistances » appelé à permettre la coordination des combats altermondialistes à l'échelle mondiale et un « réseau intercontinental de communication contre le néolibéralisme et pour l'humanité » (Ferron, 2010, 2015). C'est ce dernier qui m'intéresse ici, en ce qu'il avait pour objet de permettre la circulation des informations relatives aux dérives et excès du capitalisme financiarisé. Ce réseau se réclame de deux principes : l'horizontalité et l'ouverture à la participation de chacun de ceux qui, à travers le monde, se reconnaissent dans la critique du néolibéralisme alors portée par les militants du Chiapas. Comme le note Benjamin Ferron (2010), cette invitation à une participation élargie n'est pas inédite. Elle fait en effet écho aux formes organisationnelles adoptées par les médias radicaux anarchistes et féministes notamment étudiés par John Downing. Internet n'a donc pas instauré ce principe d'ouverture, mais il a permis d'élargir drastiquement la base des individus amenés à pouvoir faire entendre leurs voix.

Ce réseau intercontinental a par ailleurs servi de marchepied à la création d'un média participatif développé à l'échelle internationale, l'*Independent media center* (IMC), aussi appelé *Indymedia*. Cette initiative médiactiviste a été initialement développée pour couvrir le contre-sommet de Seattle, mobilisation altermondialiste qui contestait la tenue de la troisième conférence interministérielle de l'OMC dans la ville américaine en 1999. S'appropriant le slogan du chanteur punk californien Jello Biafra, « don't hate the media, become the media » (*ne haïssez pas les médias, devenez les médias*), *Indymedia* a encouragé les protestataires à publier en ligne des témoignages de première main (Howley, 2005), prenant la forme de textes, de

formats audio et vidéo accessibles à tous. Il n'était pas question de revendiquer une quelconque objectivité, mais bien de témoigner des expériences contestataires, en particulier de celles liées à la confrontation à la répression policière. Ce faisant, il s'agissait aussi de contester les représentations des manifestations alors véhiculées par les médias conventionnels³²⁸. Rapidement, ce premier IMC a fait des émules, aboutissant à la multiplication des centres *Indymedia* à travers le globe : on en compte une trentaine en 2000 et 110 en 2005, répartis dans 35 pays et produisant leurs contenus dans 22 langues (Coleman, 2005). Le développement des différents centres se fait alors en réseau, reposant sur des principes d'horizontalité – il n'existe pas de hiérarchie définie et stricte au sein des centres – et de décentralisation, chacun se développant de manière indépendante. Tous ont en commun de reposer sur l'*open publishing*, c'est-à-dire un « processus de création de contenu ouvert et transparent pour le lecteur, dans lequel le contrôle éditorial est réduit à sa plus simple expression » (Estienne, 2009). Dans ces conditions tout activiste doté d'une connexion Internet peut produire et commenter l'information relative aux luttes sociales, et mettre en ligne ses propres analyses. La publication est donc ouverte à chacun, et le rôle des équipes d'*Indymedia* repose sur une dimension essentiellement technique, même si elle induit un travail de modération, dans l'éventualité où certains des contenus seraient estimés problématiques. Aussi,

« étudier l'organisation d'Indymedia revient à étudier un réseau de nœuds indépendants et gérés de manière collective, à travers lesquels des journalistes indépendants mettent en circulation leurs travaux, sans entraves émanant de ces collectifs » (Atton, 2004, p. 34, je traduis).

Cette ouverture à la participation de tous ne constitue qu'un des éléments de rupture d'avec les pratiques des médias *mainstream*. Deux autres éléments saillants contribuent à distinguer les productions alternatives d'*Indymedia*, sur le fond et la forme (Estienne, 2010) : la revendication d'une expression subjective et libre des contributeurs, éloignée de la prétention à l'objectivité des journalistes *mainstream*, ainsi que la mise en ligne d'articles beaucoup plus longs que les standards généralement admis par les médias conventionnels.

³²⁸ La vidéo « Showdown in Seattle. 5 days that shook the WTO part 5 », tiré du film produit par Indymedia à l'issue de la mobilisation, illustre parfaitement ce point, en juxtaposant les images de journaux télévisés de médias conventionnels et images filmées sur le terrain par des manifestants (par ex. à la 15^{ème} minute). Cette juxtaposition met justement en lumière les manquements au travail journalistique, ainsi que leur absence d'objectivité dans la couverture de certains conflits sociaux. IndymediaPresents, « Indymedia Presents #374-Showdown in Seattle, 5 Days that Shook the WTO part 5 », YouTube, 23 novembre 2009. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=GYyCDE6dbDU>.

Quelques limites relatives à ces élans participatifs ont cependant été soulignées. Benjamin Ferron note ainsi qu'en dépit d'un appel du commandant Marcos à une participation trans-classiste et transcontinentale au RICA, les contributeurs ont pour la plupart en commun d'être « des militants urbains, politisés, diplômés, jeunes, cosmopolites et polyglottes de pays occidentaux » (Ferron, 2015, p. 152). Ce point est évidemment problématique pour une initiative née dans un pays du Sud et pensée comme le moyen de porter la voix de tous les opprimés, y compris, évidemment, ceux des pays du Sud. Par-delà ce paradoxe, le constat apporté par Benjamin Ferron rappelle que la participation aux dispositifs expressivistes numériques est conditionnée, d'un point de vue matériel (la disponibilité du matériel informatique et d'une connexion Internet servant évidemment de préalable à tout témoignage en ligne), mais aussi d'un point de vue social (Granjon, 2009, 2012). J'observe plus bas que l'ouverture des médias d'informations aux contributions de chacun aboutit en réalité à la participation effective d'une frange seulement de la population. Cette première limite est par ailleurs appuyée par l'exemple d'*Indymedia*. En dépit de son caractère global, le développement des centres s'est en réalité concentré sur les pays du Nord, au détriment de ceux du Sud³²⁹. Une seconde limite est, elle, avancée par Yannick Estienne dans son étude d'*Indymedia* (2010). Il observe ainsi que l'absence de contrôle *a priori* des contributions a partiellement jeté le discrédit sur les principes de l'*open publishing* défendus par les médiactivistes. Il s'avère que certains des centres ont vu publiés sur leurs sites des articles ouvertement antisémites, ou appelant à des actes de violence à l'égard de la police. Dans ces conditions, la possibilité donnée à tous de s'exprimer, correspondant à une pratique éminemment politique visant à contester les régimes d'expertise imposés par les médias conventionnels dans la narration du social, tend à avoir des effets délétères, ternissant la réputation du projet porté par *Indymedia*. Finalement, Yannick Estienne note que le potentiel subversif porté par les principes de l'*open publishing* a été capté et dilué par le capitalisme au cours des quinze dernières années. Dans les deux cas de figure traités ci-dessus, l'ouverture à l'expression en ligne – à tous et partout dans le monde – constituait une réelle nouveauté et une rupture majeure avec le *statu-quo* dans le domaine de l'information. Il apparaît évidemment que l'émergence

³²⁹ Chris Atton (2004) note ainsi qu'il n'existait que 3 centres sur l'ensemble du continent africain en 2004, quand les Etats-Unis en comptaient 48.

des RSN et du web 2.0 (Rebillard, 2007b) remet profondément en question cette avancée. La promotion de l'idéal participatif par une multitude d'acteurs – y compris médiatiques – ainsi que l'appui sur des géants du numérique pour ce faire permet aujourd'hui au système médiatique de désamorcer la critique que lui adressaient des dispositifs tels que l'*open-publishing* adopté par *Indymedia*. Ceci quand bien même l'appel à la participation correspond plus souvent à une perspective *marketing* qu'à une véritable volonté d'instaurer un dialogue.

Les exemples du RICA et d'*Indymedia* illustrent la manière dont l'émergence d'Internet a facilité l'implication individuelle auprès de collectifs médiactivistes, dépassant l'échelle locale. Ce faisant, le journalisme alternatif a trouvé un nouvel espace de développement, conférant aux initiatives médiactivistes une visibilité nouvelle. Les principes sur lesquels s'est appuyé le développement du journalisme alternatif sont notamment exposés dans *An Alternative Internet* de Chris Atton (2004). Ils répondent à une prétention générale : assumer un parti-pris, une subjectivité qui s'oppose à l'objectivité défendue par les professionnels du journalisme, qui ont pour habitude de distinguer les faits des prises de position individuelle. Le premier de ces principes consiste en un retournement des logiques de hiérarchisation de l'information, en refusant de répéter les informations des médias dominants – même reformulées – pour privilégier des événements bénéficiant d'une couverture moindre, voire nulle. Le second consiste en un retournement des hiérarchies d'accès aux médias, en refusant les voix expertes notamment consacrées par les médias conventionnels pour y privilégier les voix réputées ordinaires. Par-delà le renversement des valeurs et us des journalistes *mainstream*, les modes organisationnels adoptés par les initiatives médiactivistes se distinguent par les pratiques autogestionnaires et l'implication généralement forte dans les communautés au service desquelles se mettent les médias alternatifs.

En France, quand bien même l'horizontalité dans les relations entre journalistes et les lecteurs est recherchée par les médias alternatifs locaux, elle reste généralement du domaine du vœu pieux (Ferron, 2004). En effet, une division des rôles s'impose progressivement entre ceux proposant les informations, rédigeant les éditoriaux et formulant les prises de position et ceux en étant le public. Bien qu'initié par des journalistes issus de la presse *mainstream*, le *Bondy blog* (Sedel, 2011) représente à cet égard une initiative intéressante – notamment sur la période 2005-2007, soit

avant sa relative institutionnalisation. Le projet est en effet parvenu à impliquer des rédacteurs non-journalistes. Les journalistes suisses venus à Bondy en 2005 pour apporter un nouveau regard médiatique sur les banlieues, alors que celles-ci étaient agitées par des « émeutes », ont en effet rapidement pris la décision de se désengager éditorialement du blog créé pour l'occasion, en encourageant des jeunes issus de la commune de Seine Saint-Denis à prendre la main. Le *Bondy blog* a alors représenté un espace singulier, dans lequel des voix généralement exclues des médias *mainstream* (les jeunes diplômés issus de quartiers populaires) pouvaient se faire entendre. Surtout, il était question avec ce projet de donner à ces populations un pouvoir dans la fabrication de l'évènement relatif aux banlieues, pouvoir qui leur échappait cruellement jusque-là (Champagne, 1991). Les jeunes hommes et femmes impliqués dans la rédaction du blog ont de plus pu développer une voix singulière, oscillant entre recherche d'objectivité et la revendication d'un parti-pris. L'essentiel des articles du blog consiste en effet en des témoignages ancrés dans un espace territorial et social singulier. Adoptant des formes de subjectivité, renversant les hiérarchies de l'information pour traiter des sujets relevant du quotidien des habitants de Bondy et recrutant ses rédacteurs parmi les habitants de la ville, le blog s'est donc inscrit de plain-pied dans le journalisme alternatif (Atton, 2004 ; Atton et Hamilton, 2008). Cet élargissement du spectre des voix appelées à s'exprimer fait par ailleurs du *Bondy blog* un véritable acteur du pluralisme en ligne, que l'on considère l'originalité de sa sélection de sujets ou son éclectisme éditorial (Marty *et al.*, 2012).

Les médias progressistes remettant en question le *statu-quo* économique, politique et social peuvent donc être organisés selon deux principes. Le premier correspond à l'instauration d'un modèle vertical dans lequel une avant-garde éditoriale s'adresse à un public avec lequel il n'entretient pas de rapports directs. Le second consiste en la mise en place de relations horizontales entre les médiactivistes et le public, en invitant ce dernier à participer aux activités des médias alternatifs. Cette seconde tradition s'est développée dans les médias radicaux d'obédience féministe ou anarchiste, animés par le souci de mettre en place des modèles organisationnels alignés avec les principes politiques qu'ils défendent (Downing, 2001). On la retrouve aussi dans les médias communautaires et les médias citoyens (Rodriguez, 2001). L'essor de l'informatique connectée n'a donc pas tant initié le

principe de participation aux médias alternatifs qu'il l'a facilité et a permis de le généraliser. Les exemples du RICA ou d'*Indymedia* (Ferron, 2010) attestent pour autant d'une opportunité nouvelle : la possibilité de créer des médias alternatifs en réseau, transcendant les frontières nationales. La participation à ces derniers reste cependant socialement déterminée, impliquant en premier lieu des individus du Nord économique, détenteurs d'un fort capital culturel. Le cas du *Bondy blog* – bien qu'initié par des journalistes établis – montre par ailleurs qu'Internet permet de développer des initiatives de journalisme alternatif (Atton, 2004 ; Atton et Hamilton, 2008), territorialement ancrées et au service de leur communauté d'appartenance.

6.2. Les médias d'information *mainstream*, entre élan participatif et *gatekeeping*

Comme le note Mark Deuze (2003), le journalisme en ligne est caractérisé par trois propriétés principales. La première renvoie à la dimension multimédia des productions, qui se traduit par le fait que les journalistes peuvent choisir et articuler le(s) format(s) qu'ils estiment les plus intéressants en fonction du sujet (vidéo, texte, podcast, *etc.*). La deuxième est la dimension hypertextuelle des productions, qui peuvent renvoyer par des liens hypertextes vers d'autres articles et ressources, enrichissant l'expérience des internautes. La troisième est celle qui fait l'objet du présent chapitre : l'interactivité. L'informatique connectée a en effet permis aux médias de mettre en place des dispositifs facilitant les échanges et les interactions avec le public approfondissant les relations qui existaient précédemment entre ces deux groupes, que l'on considère le courrier des lecteurs dans la presse ou les antennes ouvertes à la radio, qui représentent l'occasion de recueillir la parole et les doléances des auditeurs.

Les médias conventionnels ont donc intégré des dispositifs permettant une plus grande interaction avec le public, et qui ont facilité sa participation, et ce concomitamment au développement de leur présence en ligne. Le site coréen *Oh my News*, créé en 2000 va ainsi représenter un précédent déplaçant les frontières qui distinguent les médias alternatifs fondés sur le *native reporting* et les médias

conventionnels (Kim et Hamilton, 2006). D'un côté, le site reproduit les logiques de hiérarchisation de l'information qui prévalent au sein des médias *mainstream*, dépend des revenus publicitaires dans son développement et emploie des journalistes (4 en 2000, 35 en 2004). De l'autre, une grande partie de la production éditoriale dépend de lecteurs-contributeurs, leur expression étant facilitée par l'adoption d'un dispositif d'*open publishing*. Celui-ci repose cependant sur des principes distincts de ceux adoptés par *Indymedia*. En effet, les internautes doivent s'inscrire sur le site pour obtenir le statut de reporter citoyen, constituant une première limite à la possibilité pour tous de s'exprimer. Les responsables du site éditent par ailleurs les contributions des lecteurs-auteurs. Finalement, ces contributeurs extérieurs à la rédaction peuvent bénéficier d'une compensation financière pour leurs productions. Ces points illustrent le fait que l'ouverture à la participation est opérée chez *Oh my News* dans un esprit bien différent de celui d'*Indymedia*, et se traduit dans des pratiques elles aussi distinctes. Le précédent constitué par ce site permet aussi d'insister sur la tension à l'œuvre pour les médias au début des années 2000 – et qui perdure 20 ans plus tard –, entre capacitation du public et contrôle de son expression en ligne.

L'idéal participatif germe ainsi au début des années 2000, se concrétisant dans l'idée d'un « journalisme participatif et citoyen », défini comme l'activité de « citoyens ayant un rôle actif dans les processus de collecte, reportage, analyse et dissémination de l'information d'actualité³³⁰ » (Pélissier et Chaudy, 2009, p. 89). Des amateurs participeraient alors activement aux productions éditoriales des médias, sans bénéficier d'une rémunération pour ce faire, ni d'une reconnaissance professionnelle (Rebillard, 2011a). L'intégration des productions amateurs serait une des composantes permettant l'émergence d'un « journalisme augmenté » appelé de leurs vœux par des professionnels enthousiastes (Scherer, 2011). Une telle conception a une influence sur la manière dont s'organisent les médias traditionnels – qui investissent alors la toile – et les *pure players* qui émergent sur cette période.

L'étude des sites des titres de presse permet, à compter du milieu des années 2000, de mieux entendre les possibilités de participation ouvertes aux internautes, ainsi que la manière dont sont appréciées ces innovations par les professionnels des

³³⁰ Cette définition reprend celle proposée par Shayne Bowman et Chris Willis dans leur rapport *We Media. How audience are shaping the future of news and information* écrit en 2003 pour l'American Press Institute.

médias au premier rang desquels les journalistes. Ainsi Alfred Hermida et Neil Thurman (2008) relèvent-ils qu'une variété de modes de participation peut être adoptée par les sites de médias. L'intensité de la participation est d'ailleurs variable, depuis les sondages en ligne ne donnant qu'un choix limité de réponses jusqu'aux espaces sur lesquels les internautes peuvent proposer leurs propres réflexions et productions, pouvant cependant être soumis à une modération plus ou moins importante.

6.2.1. Une forme dominante de participation : l'internaute comme commentateur des productions journalistiques

Une seconde étude, publiée en 2008 et portant sur les sites de 16 journaux de références dans 7 pays occidentaux montre que la participation du public est circonscrite et encadrée (Domingo *et al.*, 2008). L'approche est différente de celle proposée par Alfred Hermida et Neil Thurman, en ce qu'il ne s'agit pas de relever les dispositifs participatifs adoptés par les médias, mais plutôt de traduire l'incidence qu'ont ces nouveautés sur la fabrication de l'information. Les auteurs y distinguent en effet cinq étapes (Figure 15) pouvant être appréciées comme les cinq maillons d'une chaîne de coopération impliquant différents acteurs spécialisés et aboutissant à la création de contenus d'informations à destination du grand public. Ils notent par ailleurs que les titres n'impliquent généralement leurs lecteurs que sur la dernière de ces étapes, celle constituant à interpréter les faits. Pour ce faire, les dispositifs adoptés par les journaux en ligne vont consister en la construction d'espaces dédiés. Dans certains cas, les lecteurs peuvent laisser des commentaires directement sur la même page que les articles, les vidéos ou les podcasts, auquel cas ils sont mis en co-présence avec le contenu éditorial. Dans d'autres, les médias créent des forums dédiés aux discussions, auquel cas les interprétations des internautes se développent dans un espace distinct de l'espace éditorial. Une charte éditoriale précise généralement les attentes des médias en termes de contenu et de mise en forme des commentaires des internautes, permettant d'encadrer leur prise de parole et de justifier la modération de ceux ne répondant pas à ces critères. On notera par ailleurs que la participation aux espaces de commentaires est conditionnée, pour certains titres de presse proéminents, à l'abonnement des

internautes³³¹. Les journaux étudiés laissent par ailleurs les internautes intervenir de manière marginale à deux autres niveaux : la première (*access and observation*) et la troisième (*processing/editing*).

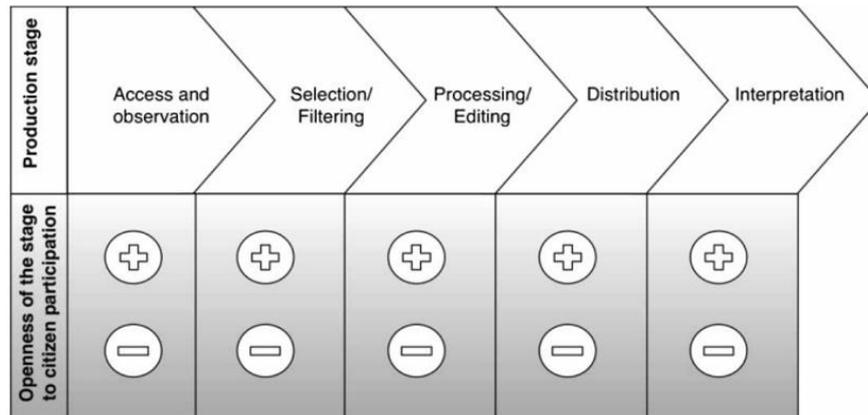


Figure 15 : La fabrication de l'information d'actualité peut être détaillée en 5 étapes (Domingo et al., 2008)

6.2.2. L'internaute comme informateur

Dans l'article de David Domingo et ses co-auteurs, quelques rares titres appellent leurs lecteurs à remonter des informations (*access and observation*). Outre le fait qu'ils sont peu nombreux à s'ouvrir à la participation des lecteurs à ce niveau, ils n'impliquent pas – le cas échéant – les internautes dans le traitement ultérieur donné au sujet, ce qui peut évidemment décourager leur participation. Le constat apporté par cette étude peut être approfondi en prenant compte des développements donnés par la littérature à ce sujet. Plusieurs contributions font ainsi état de l'intégration d'*user generated contents* (UGC) dans les productions éditoriales de médias conventionnels, et ce notamment dans l'audiovisuel. Cette intégration n'est pas nouvelle, comme l'illustre le « film Zapruder », captation par un amateur de l'assassinat de John Fitzgerald Kennedy à Dallas. Cet exemple constituait cependant une exception dans les années 1960, quand l'utilisation d'images produites par des amateurs est aujourd'hui beaucoup plus commune. La baisse drastique du prix du matériel de captation et sa miniaturisation, ainsi que l'apparition de plateformes facilitant la publication en ligne et par des amateurs de photos et de vidéos (YouTube, Dailymotion, Twitter, etc.) ont en effet permis aux citoyens ordinaires

³³¹ En France c'est par exemple le cas du *Figaro* ou du *Monde*.

de témoigner en images de certains évènements. Parce qu'aucun journaliste n'était directement présent à ces occasions, ou parce que les images présentent une plus-value singulière, celles-ci peuvent être reprises par des médias conventionnels (Nicey, 2016 ; Stuart, 2016). Plusieurs exemples peuvent illustrer cette tendance. Au moment des attentats de Londres en 2005, la BBC a reçu 22.000 mails et messages téléphoniques témoignant des évènements, 300 photographies et plusieurs séquences vidéo filmées sur le vif par des londoniens (Hermida et Thurman, 2008). Plusieurs de ces contenus avaient alors été repris par les journalistes du service public audiovisuel britannique, qui estimaient qu'ils étaient porteurs d'informations. De la même façon, certains des manifestants lors des « printemps arabes » ont témoigné par l'image – en filmant notamment à l'aide de leurs téléphones portables – de leur présence dans les manifestations (Riboni, 2016). Dans le monde arabe, ces images sont alors reprises par Al-Jazeera (Mattelart, 2011), leur permettant de gagner en visibilité. Elles circulent de la même manière sur les chaînes de télévision occidentales, où elles sont commentées.

Jérémie Nicey (2016) emploie le terme d'informateurs (*informants*) pour qualifier l'ensemble des acteurs qui sont engagés dans la production d'UGC repris par les médias conventionnels. Il constate par ailleurs que ces derniers, s'ils ne sont pas nécessairement payés pour leurs productions³³², sont tenus de respecter certains standards et impératifs associés à la production journalistique professionnelle. C'est pour cette raison, et parce que leurs productions sont nécessaires au traitement de certains évènements et certaines thématiques, qu'il invite à considérer les producteurs réguliers d'UGC comme des « semi-professionnels ». Les points ici mentionnés tendent donc à attester d'une relative ouverture de l'étape d'observation (*access and observation*) à des non-professionnels, et ce particulièrement pour les médias produisant du contenu audiovisuel. Comme le mentionnaient déjà David Domingo et ses coauteurs cependant, rien ne semble indiquer dans la littérature que les producteurs d'UGC sont impliqués dans le traitement de la matière brute qu'ils livrent aux médias.

³³² Détaillant la variété des modes de publication de contenus par les internautes, Jérémie Nicey note qu'il existe des plateformes spécifiquement consacrées aux UGC, qui permettent la rémunération de certains des internautes-contributeurs.

6.2.3. L'internaute-blogueur et les médias conventionnels : la figure du lecteur-éditeur

L'article dirigé par David Domingo met aussi en avant que quelques sites donnent aux internautes la possibilité de s'impliquer dans les processus d'édition (*processing/editing*). Ceci passe notamment par la création de blogs hébergés sur les sites des titres de presse et animés par des internautes ne bénéficiant pas du statut de journalistes. Les sites de médias traditionnels comme les *pure players* ont ainsi développé des espaces éditoriaux permettant l'émergence de la figure du lecteur-rédacteur, comme l'illustrent en France les exemples du *Monde*, de *Rue89* ou de *Mediapart* (Aubert, 2009 ; Canu et Datchary, 2010). Le cas du *pure player* spécialisé dans l'investigation illustre la manière dont sont mis en co-présence des articles de journalistes – défendant une identité professionnelle notamment articulée autour des valeurs d'indépendance à l'égard des enjeux politiques et économiques – et les billets des lecteurs. Le site constitue un laboratoire de choix pour ces observations en ce qu'il présente une variété de modalités encourageant les interactions entre journalistes et internautes, ainsi qu'entre ces derniers : possibilité de commenter les articles, d'envoyer des messages directs entre abonnés, initiation de situation de coopération où le public peut recommander une thématique à la rédaction, *etc.* Mais c'est en premier lieu la possibilité pour les internautes d'exprimer leurs vues sur des blogs, réunis sous l'étendard commun du « Club Mediapart », qui m'intéresse ici. Comme les débats récents associés au blog animé par Laurent Mucchielli³³³ l'ont rappelé, les internautes bénéficient sur ces espaces d'une grande liberté, à la fois dans les sujets qu'ils choisissent de couvrir, dans le cadrage qu'ils adoptent pour les traiter, ainsi que dans la tonalité qu'ils emploient pour ce faire. Si les internautes sont donc en capacité de publier des informations, des prises de position ou des témoignages sur *Mediapart*, ces contributions ne rencontrent pas le même traitement symbolique que les articles produits par les journalistes. En effet, quand les premiers sont accessibles à tous, les seconds sont

³³³ Le blog du sociologue était initialement consacré aux questions de recherche qu'il développe : la question sécuritaire et la mise en chiffre de la délinquance. A compter de la crise sanitaire de 2020, Laurent Mucchielli a consacré ses contributions à la question du Covid, en servant de chambre d'échos aux propos et théories « anti-vax ». Celles-ci se sont trouvées légitimées par leur reprise par le sociologue qui affiche sur son blog sa qualité de directeur de recherche du CNRS – et ce malgré la distance qui sépare son domaine de recherche de la médecine et des questions de santé publique.

réservés aux abonnés. De la même façon, un jeu de couleur facilite la distinction entre les journalistes et les internautes-contributeurs. Aussi, des distinctions sont mises en place séparant les articles de la rédaction des contributions extérieures, tant et si bien que « le journal reste [...] une affaire de journalistes » (Canu et Datchary, 2010, p. 205). Ce constat apporté sur *Mediapart*, pourtant réputé comme un *pure player* intégrant des modalités d'échanges des abonnés entre eux ainsi qu'avec les journalistes, peut être étendu à l'ensemble des médias *mainstream* en ligne. Quand bien même les médias intègrent des dispositifs participatifs, les journalistes conservent une fonction de *gatekeepers*, signifiant qu'ils conservent le rôle de sélection, d'écriture et d'édition de ce qui est considéré comme des informations d'actualité (Shoemaker *et al.*, 2008).

6.2.4. Une participation minoritaire

Il convient ici de développer un point précédemment abordé, relatif à la participation des internautes. J'ai précédemment souligné que la participation aux médias alternatifs en ligne était socialement déterminée. Si elle est en principe ouverte à tous dans le cas des médias *mainstream*, seule une fraction des visiteurs des sites s'empare effectivement de cette possibilité (Beuscart, Dagiral *et al.*, 2009 ; Rebillard, 2007b). Franck Rebillard écrit ainsi que « l'intervention des internautes sur le contenu n'est pas une pratique mineure mais minoritaire » (2011a, p. 48), signifiant que la fraction d'internautes participant activement est en réalité circonscrite. Il note de plus que la participation, quelles que soient ses formes, est socialement déterminée (Coavoux, 2012 ; Schradie, 2011) : l'essentiel des internautes participant activement en ligne étant recrutés parmi « les franges intellectuelles de la société » (Rebillard, 2011a, p. 38). Ainsi, le fait de publier sur le web et de participer est en premier lieu le fait des ingénieurs du social, c'est-à-dire d'individus disposant d'un important capital culturel et formés à porter un discours sur le monde qui les entoure.

Les dispositifs participatifs mis en place par la presse *mainstream* concernent en premier lieu la possibilité pour les internautes d'interpréter les informations, notamment par le biais de l'ouverture d'espaces de commentaires. De manière plus

marginale, les internautes peuvent être impliqués dans deux étapes de la *fabrication de l'information*. La première concerne l'observation, avec l'intégration par certains médias, notamment audiovisuels, de contenus et d'informations générés par les internautes, qui jouent alors un rôle d'informateurs. La seconde est l'édition, notamment avec la possibilité offerte aux internautes par certains médias (à l'image du *Monde* ou de *Mediapart*) d'animer leurs propres blogs. Cette implication des internautes n'en reste pas moins encadrée et limitée : les informateurs ne sont pas impliqués par les titres dans les développements donnés aux sujets, quand plusieurs marqueurs aident généralement à distinguer les espaces non-animés par les journalistes – au premier rang desquels les blogs – des espaces éditoriaux pris en charge par les rédactions.

L'encadrement des possibilités de participation des lecteurs invite à la conclusion que « quand bien même les médias [d'information] établis ont exploré le potentiel participatif, ils ont avant tout largement conservé leur culture professionnelle » (Domingo *et al.*, 2008, p. 334-335, je traduis) composée de routines stabilisées. Pour les journalistes, les contributions des internautes relèvent de la matière brute devant être travaillée, développée et reformulée (Williams, Wardle *et al.*, 2011). Rares sont les initiatives médiatiques mettant en place une véritable collaboration entre le journaliste et son public aboutissant à la proposition de contenus d'information pleinement co-produits par ces deux groupes. Une telle conclusion rejoint celle apportée par Alfred Hermida et Neil Thurman (2008), qui notent qu'en dépit de l'instauration d'espaces participatifs, les journalistes des médias conventionnels conservent une fonction de *gatekeepers*. Pour les deux auteurs, cette fonction prend des formes nouvelles avec le numérique et devient notamment manifeste à travers le travail de modération auquel se consacrent les rédactions. Il convient cependant de remarquer que la participation des internautes n'est pas intégrée de manière homogène par les différents médias. Aussi les *pure players* se sont-ils appropriés avec plus de facilité, et moins d'*aprioris*, les dispositifs participatifs quand les sites Internet des médias traditionnels ont fait preuve d'une plus grande frilosité à leur mise en place.

6.3. La participation des internautes au monde de la réinformation

À la lumière des points abordés précédemment, les développements à venir sont consacrés à l'étude des dispositifs participatifs adoptés par les contre-médias de réinformation. Ce faisant, j'interroge la place des internautes dans les chaînes de coopération aboutissant à la mise en ligne des contenus de réinformation. Y jouent-ils un rôle, et si oui, lequel ? La navigation sur les sites et blogs du corpus a conduit à l'identification de trois fonctions principales³³⁴, croisant partiellement les étapes précédemment identifiées (Domingo *et al.*, 2008) : l'observation des événements (*access and observation*), la proposition d'articles appelés à être publiés *in extenso* et l'interprétation. En effet, près d'un quart des contre-médias du corpus invite les internautes à entrer en contact avec les médiactivistes pour leur remonter des informations ou des articles déjà rédigés et 60% proposent des espaces d'interprétation des informations qu'ils publient. Mes propos visent dans un premier temps à identifier les moyens mis à la disposition des internautes pour entrer en contact avec les équipes de médiactivistes, préalable aux deux premières formes de participation que j'ai identifiées. Je détaille par la suite la manière dont les internautes peuvent être amenés à participer, depuis l'observation des événements jusqu'à l'interprétation des informations.

6.3.1. Entrer en contact avec les médiactivistes

Dans le corpus, 34 des contre-médias (soit 24.8%) proposent ouvertement aux internautes de contribuer à leur production éditoriale, généralement à travers un onglet présent sur la page d'accueil des sites et blogs. Dans quelques cas, cette possibilité de participer est indiquée dans les rubriques présentant le contre-média (« Qui sommes-nous », « À propos »), ou sur la page permettant de contacter les médiactivistes. Dans tous les cas, les internautes peuvent généralement soumettre

³³⁴ Je ne prends pas compte ici de quelques dispositions participatives relativement rares dans le corpus. Je compte parmi ces dernières l'organisation de sondages auprès des internautes, qui ne semblent pas donner matière à la rédaction d'articles (ex. *Infos Bordeaux*). J'ai aussi noté que les abonnés du *Média pour Tous* peuvent proposer leurs propres questions aux invités à l'occasion des émissions en plateau, mais il apparaît être le seul contre-média mettant en place ce type de dispositif.

leurs propositions en remplissant des formulaires dédiés, dont certains permettent de joindre des pièces jointes de différentes natures, pouvant compléter le texte. Les contre-médias ne défendent pas la même conception des apports des internautes. Pour certains, les contributions des internautes ont clairement vocation à constituer un matériau sur la base duquel les rédacteurs travailleront pour aboutir à un article. Dans ce cas, la fonction des internautes est circonscrite à celle d'informateurs (Nicey, 2016), fournissant des contenus bruts appelés à être traités et développés pour être intégrés aux productions journalistiques. Pour d'autres, les internautes sont en position de proposer des articles aboutis qui – s'ils sont validés – pourront être publiés *in extenso*. Dans cette configuration, les internautes deviennent des contributeurs. Cette différence sera explicitée dans les développements suivants, mais elle peut dès à présent être illustrée par la comparaison du site identitaire régional *Paris Vox* avec le site anti-Islam *Riposte Laïque*. Le premier propose en effet aux internautes un onglet « Vous êtes témoin ? Contactez-nous », redirigeant vers un formulaire en ligne précisant que les informations fournies ne seront pas publiées telles qu'elles, et qu'elles feront l'objet d'une procédure de vérification.

« Faits divers, incivilités, corruption... mais aussi bonnes adresses, curiosités, rendez-vous immanquables.... Une remarque ? Une question ? Nous sommes à votre écoute ! Transmettez-nous vos informations, nous les approfondirons et les publierons si nous pouvons les vérifier et les étayer³³⁵ ».

Ce faisant, la rédaction du contre-média affirme conserver une main sur sa ligne éditoriale, ainsi que mettre en œuvre des pratiques de vérification de l'information proches de celles employées par les médias conventionnels. Un travail d'*approfondissement* et de *vérification* est en effet invoqué par les médiactivistes. Dans cette perspective, les remontées d'information des internautes ne peuvent pas trouver une place directement sur le site et la participation des internautes est limitée au rôle d'informateur (étape d'*access and observation*). Inversement, *Riposte Laïque* propose de publier les propositions des internautes telles quelles, sous réserve qu'elles soient validées par les médiactivistes en charge de l'animation du site. Le classement de l'article dans une rubrique donnée reste cependant à l'initiative des médiactivistes qui conservent ainsi leur rôle d'éditeurs.

³³⁵ Site de *Paris Vox*, onglet « Vous êtes témoin ? Contactez-nous ». URL : <https://www.parisvox.info/contact/>.

« Si vous souhaitez nous contacter, ou nous proposer un article pour publication, ou une réaction pour le courrier des lecteurs, vous pouvez nous joindre à cette adresse : redaction@ripostelaique.com. Sauf demande expresse de votre part, nous publierons alors votre texte, s'il est retenu par la rédaction, avec votre nom, dans la rubrique de notre choix. Les rubriques "Points de vue", "Esprits libres" ou "Débats laïques" sont des lieux de libre expression qui n'engagent pas la rédaction de RL³³⁶ ».

Riposte Laïque affirme donc un rôle de sélection des sujets publiés (*selection and filtering*), en précisant que les textes publiés sont ceux *retenus par la rédaction*, entendant par-là même que certaines propositions peuvent être écartées si elles ne sont pas jugées conformes à la ligne éditoriale défendue par le site. Dans le même temps, les médiactivistes proposent aux internautes trois espaces sur lesquels l'expression semble plus libre que sur le reste du site, ceux-ci « n'engage[ant] pas la rédaction de RL ».

Les entretiens ont par ailleurs montré que les contre-médias n'invitant pas directement les internautes à participer en arrivent eux même à échanger avec leur public, qui passe alors par d'autres voies. En conséquence, j'ai intégré au codage les différents moyens offerts aux internautes pour entrer en contact avec les médiactivistes, qu'il s'agisse de leur remonter des informations de terrain, leur suggérer des thématiques en leur communiquant des articles de la presse quotidienne régionale (PQR) ou leur proposer un article intégralement rédigé. Tout d'abord, en suivant les travaux de Manuela Caiani et Linda Parenti (2013) qui prennent en compte dans leur étude les possibilités données aux internautes de contacter les responsables des sites d'extrême droite, j'ai distingué trois modalités. La première est la mention sur le site d'une adresse postale, permettant aux internautes de contacter par courrier les médiactivistes. La deuxième est la présence d'un numéro de téléphone, fixe ou portable, permettant de contacter les médiactivistes. La troisième et dernière concerne la possibilité de contacter les rédacteurs des contre-médias par le truchement du courrier électronique. Cette dernière modalité peut prendre deux formes : la mention sur le site ou sur le blog d'une adresse email, qu'elle soit personnelle ou collective, ou la présence d'un formulaire de contact standardisé permettant d'adresser un message aux médiactivistes. Ces formulaires

³³⁶ Site de *Riposte Laïque*, onglet « Nous contacter ». URL : <https://ripostelaique.com/redaction>.

peuvent être élaborés, permettant de contacter certains « services » au sein du contre-média ou encore de joindre des documents. Plus des trois quarts des sites et blogs du corpus mettent à disposition des internautes une adresse email ou un formulaire permettant de les contacter (Tableau 16). Dans ces conditions, la prise de contact par l'écrit et en ligne semble privilégiée.

Il convient cependant de noter que près d'un cinquième des sites et blogs du corpus (n=26, soit 19%) ne donne aux internautes aucune possibilité de contacter les médiactivistes, par voie postale, téléphone ou courrier électronique. C'est à la fois le cas de blogs (par ex. *Au cœur du nationalisme* ou *Saucisson-pinard*, tous les deux hébergés sur la plateforme Blogspot), et de sites plus proéminents, à l'image de *Novopress*.

Modalité	Adresse postale	N° de téléphone	Message numérique
Nombre de sites/blogs	49	18	109
Soit %	35.8	13.1	79.5

Tableau 16 : Présence sur les sites et blogs de modalités de contact des médiactivistes

J'ai ensuite pris compte de la présence des initiatives médiactivistes du corpus sur différents RSN. Ces derniers sont en effet la meilleure illustration des nouvelles pratiques associées au web 2.0 ; la production et la mise en visibilité de contenus amateurs et la mise en relation des utilisateurs, amateurs et professionnels (Cardon, 2011). Les RSN sont par ailleurs porteurs d'un idéal participatif et conversationnel fort. De ce fait, il semble capital de prendre en considération la présence des sites et blogs sur différentes plateformes. Pour le codage, j'ai identifié sept plateformes, hégémoniques et plus confidentielles. Les quatre premières constituent des références dans la mise en ligne de contenus (Twitter, Facebook, Instagram et YouTube). Une consiste en une messagerie instantanée cryptée, prise en compte dans les sphères militantes de droite comme de gauche du fait du chiffrement des messages qui est au cœur de son offre : Telegram. Les deux dernières sont plus confidentielles en France : la russe V Kontakte et l'américaine Gab. Le premier RSN est la principale plateforme communautaire russe et intègre des fonctionnalités proches de celles proposées par Facebook (Jerinte, 2014). De son côté, Gab est une plateforme initiée par des tenants de *l'alt-right* américaine (Donovan, Lewis et

al., 2019). Suite aux nombreuses violences lors des manifestations de Charlottesville en août 2017, les RSN hégémoniques avaient annoncé la mise en place d'une modération plus prononcée, sanctionnant les contenus violents et discriminants. Ceci avait encouragé le recours à des plateformes alternatives à celles détenues par les GAFAM pour l'extrême droite américaine. Dans ce contexte, Gab avait rencontré un certain succès. L'intégration de VKontakte et de Gab au codage a pour objet de prendre en compte la critique des plateformes américaine hégémoniques telle qu'elle est portée par l'extrême droite. Cette critique apparaissait déjà dans mes notes de terrain en 2018, lors de mon premier déplacement à une mobilisation interne organisée par la fondation *Polémia*. Je m'étais alors rendu au Forum de la dissidence, qui alors consacré à la censure. L'intervention de Clément à cette occasion, qui avait pour objet de donner *quelques conseils pratiques* pour faire face aux actions de censure des GAFAM, consistait justement dans le fait de se diriger vers les réseaux Gab et VKontakte.

La critique des GAFAM par l'extrême droite n'est par ailleurs pas circonscrite à la France et elle tend à se développer depuis plusieurs années. À l'international en effet, les sanctions imposées depuis janvier 2021 par Twitter, Facebook et YouTube à l'égard de Donald Trump alimentent les plaintes de l'extrême droite, notamment étasunienne, aussi bien qu'elles continuent à motiver la création de RSN alternatifs. Et de fait, les décisions des GAFAM à l'égard de l'ancien président des États-Unis d'Amérique peuvent être interprétées comme des actions de censure privée, qui questionnent le pouvoir des plateformes. Comme le note Romain Badouard (2021a), parallèlement à l'application de ces sanctions, la plateforme ultra-conservatrice Parler était elle-même exclue des magasins d'applications de Google et d'Apple. De telles actions ne peuvent qu'alimenter la défiance de l'extrême droite à l'égard des GAFAM et favoriser l'appui sur des RSN *alternatifs* aux plateformes hégémoniques. C'est donc ce souci que traduit la prise en compte de VKontakte et Gab.

Comme je l'observe cependant, ce sont avant tout sur les plateformes hégémoniques que les contre-médias de réinformation développent une présence, et ce contrairement à ce que la critique des GAFAM par l'extrême droite pourrait suggérer (Tableau 17). Facebook et Twitter sont ainsi les deux RSN privilégiés par les sites et blogs du corpus. *A contrario*, les contre-médias sont peu nombreux à avoir

développé une présence sur les RSN alternatifs aux plateformes hégémoniques vKontakte et Gab.

RSN	Twitter	Facebook	Instagram	YouTube	Telegram	Vkontakte	Gab
Nombre de sites/blogs	79	85	20	35	25	8	5
Soit %	57.7	62	14.6	25.5	18.2	5.8	3.6

Tableau 17 : Présence des sites et blogs du corpus sur différents RSN

Si j'ai pris la décision d'intégrer au codage les sept RSN décrits plus hauts, il faut bien noter que j'ai constaté que certains des sites et blogs renvoient vers d'autres plateformes, attestant du caractère dynamique du web, par ailleurs précédemment souligné (Chapitre 2). Un premier exemple concerne *Faits et Documents*. Au moment du codage, la lettre d'information disposait d'une présence sur six des sept RSN identifiés et ne disposait pas de compte sur YouTube. J'observe cependant à l'occasion d'une navigation sur son site, en janvier 2022, que *Faits et Documents* a commencé à produire et mettre en ligne des vidéos. Pour ce faire, les médiactivistes se sont dotés d'un compte YouTube³³⁷ mais aussi d'un compte Odysee. Cette plateforme, créée en septembre 2020, fonctionne selon des principes identiques à ceux de YouTube : tout internaute peut s'y inscrire gratuitement et y publier des vidéos. Du fait de sa politique éditoriale bien plus souple que celles adoptées par YouTube ou Vimeo, elle rencontrerait un écho singulier auprès des milieux complotistes³³⁸ qui s'en serviraient pour diffuser des contenus pouvant être censurés par les plateformes hégémoniques de vidéo. Le film *Hold-Up*³³⁹ consacré au Covid, par exemple est hébergé sur cette plateforme depuis qu'il n'est plus disponible sur Vimeo. Un second exemple illustre le recours des contre-médias de réinformation à

³³⁷ Compte de *Faits et documents*, YouTube. URL : <https://www.youtube.com/c/FaitsetDocs/featured>. Ce dernier ayant été créé le 28 avril 2021, je ne l'ai pas pris en compte dans la base de données. Ce changement permet d'insister une nouvelle fois sur un élément déjà souligné dans le second chapitre : les corpus du web sont en perpétuel mouvement, rendant complexe leur stabilisation.

³³⁸ Aurore Gayte, « Odysee, le "YouTube libre" qui attire les complotistes français », *Numérama*, 13 novembre 2020. URL : <https://www.numerama.com/politique/665449-odysee-le-youtube-libre-qui-attire-les-complotistes-francais.html>.

³³⁹ Le documentaire, initialement mis en ligne le 11 novembre 2020, revient sur la crise sanitaire du printemps de la même année, en accordant un temps aux différentes controverses ayant animé le débat public à ce moment (port du masque, etc.) et suggère que la pandémie de Covid-19 résulte d'un plan servant les intérêts du Forum économique mondial. À ce titre, il a fait l'objet de nombreuses critiques de la part des journalistes issus des médias *mainstream*. Adrien Sénécat et Assma Maad, « Les contre-vérités de "Hold-Up", documentaire à succès qui prétend dévoiler la face cachée de l'épidémie », *Le Monde*, 12 novembre 2020. URL : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2020/11/12/covid-19-les-contre-verites-de-hold-up-le-documentaire-a-succes-qui-pretend-devoiler-la-face-cachee-de-l-epidemie_6059526_4355770.html.

d'autres RSN que ceux identifiés au moment du codage. La plateforme américaine GETTR a été créée par un proche de Donald Trump et est opérationnelle depuis juillet 2021. Le RSN se présente comme un espace « luttant contre la *cancel culture*, promouvant le bon sens, défendant la libre expression, remettant en question le monopole des principaux médias sociaux et portant la volonté de créer un véritable forum permettant l'expression de toutes les idées (*marketplace of ideas*)³⁴⁰ ». J'ai observé à l'occasion de visites des sites et blogs du corpus que plusieurs y sont présents, à l'image du blog *Saucisson Pinard*, quand le site d'Alain Soral, *Égalité et Réconciliation*, redirige vers la page GETTR de sa maison d'édition, Kontre Kulture. Aussi ce recensement des plateformes adoptées par le monde de la réinformation ne peut-il être considéré comme exhaustif. Une telle ambition semble vouée à l'échec, la création des comptes sur les différentes plateformes répondant à différentes logiques : offre de plateformes – or, comme l'illustrent les points susmentionnés, certaines sont créées quand d'autres disparaissent, et ce même sur un temps court ; stratégies éditoriales des acteurs concernés ; *etc.*

Ainsi, un quart des contre-médias de réinformation invite ouvertement les internautes à contribuer à la production de l'information, qu'il s'agisse pour eux de tenir le rôle d'informateurs ou de contributeurs. Au-delà de cette invitation directe à la participation, les sites et blogs peuvent être contactés à travers les informations les concernant mises en ligne (adresse, numéro de téléphone, courrier électronique). Les RSN forment aussi des espaces d'interactions potentielles entre les médiactivistes et les internautes. Une fois intégrées l'ensemble de ces modalités d'interaction, je constate que les internautes peuvent contacter 122 des 137 contre-médias du corpus. Les quinze contre-médias échappant à ces logiques sont des blogs. Une écrasante majorité des contre-médias de réinformation admet donc que les internautes prennent contact avec eux, notamment pour participer plus ou moins activement à la production éditoriale. Rien n'indique cependant que tous donnent effectivement suite aux internautes qui chercheraient à initier cette prise de contact. Les entretiens réalisés avec les médiactivistes ont permis d'apprécier le volume des apports des internautes et d'ainsi distinguer les sites et blogs bénéficiant d'une participation régulière et substantielle des internautes de ceux pour lesquels elle est

³⁴⁰ Meridith McGraw, Tina Nguyen & Cristiano Lima, « Team Trump quietly lunches new social media platform », *Politico*, 7 janvier 2021. URL : <https://www.politico.com/news/2021/07/01/gettr-trump-social-media-platform-497606>.

faible. Plus encore, ils ont été l'occasion d'interroger les médiactivistes sur la manière dont ils les intègrent à leurs productions. Les prochains développements sont ainsi consacrés aux formes de participation dont peut s'emparer le public de la réinformation.

6.3.2. Participer aux médias de réinformation

6.3.2.1. Soumettre une idée ou un sujet aux médiactivistes : l'internaute-informateur

Comme je le remarquais précédemment, le public peut se proposer aux médias comme une source d'informations. Il peut encourager les journalistes à s'intéresser à un sujet non publicisé dont il a connaissance. Il peut aussi fournir des documents sur lesquels les journalistes s'appuient dans leur travail, ou qu'ils intègrent à leurs productions, à l'image des photographies et vidéos captées par des non-journalistes et employées dans les informations *mainstream*. Des logiques similaires sont à l'œuvre pour les contre-médias de réinformation.

Pour autant, la possibilité laissée aux internautes de proposer des idées ou des sujets aux médiactivistes ne signifie pas qu'ils donneront effectivement naissance à un sujet. Les entretiens conduits avec les médiactivistes permettent de mettre l'accent sur les écueils rencontrés dans l'exploitation des apports du public. Le premier est souligné par Jean-Yves Le Gallou, interrogé sur les routines de travail déployées dans le cadre de la préparation d'i-Média, émission hebdomadaire de *TV Libertés*. Celle-ci consiste en une discussion de plus d'une demi-heure menée par deux médiactivistes et touchant à plusieurs thématiques. L'émission commence ainsi par la présentation d'une « image de la semaine », qui donne lieu à un échange rapide, cédant la place à la discussion de deux sujets principaux, pendant une dizaine de minutes chacun. Une revue de presse est insérée entre ces deux sujets principaux, permettant de les délimiter et de bien les distinguer. Selon les dires des médiactivistes y œuvrant ou y ayant travaillé, la préparation d'une telle émission repose sur une veille importante permettant tout à la fois d'isoler les sujets susceptibles d'être discutés, de présenter la revue de presse et d'illustrer les discussions, en glanant en ligne des images estimées représentatives des productions

des médias conventionnels. Chacun des deux médiactivistes réalise une veille de son côté, passant notamment par le suivi des polémiques sur Twitter, le visionnage de plusieurs chaînes de télévision – et principalement les débats des chaînes d’information en continu – et la lecture régulière de titres de presse variés³⁴¹. Ces veilles menées à titre individuel sont ensuite mutualisées au moment de la préparation de l’émission. Du fait de la nature de cette dernière, les apports des internautes ne peuvent pas consister en des témoignages d’expériences individuelles ou collectives. Ils doivent prendre la forme de remontées d’articles, de vidéos ou d’émissions de radio issus des médias conventionnels et estimés biaisés ou problématiques. Dès lors, il est nécessaire aux internautes de fournir des informations exhaustives, l’imprécision ayant pour conséquence de représenter un supplément de travail de documentation pour les médiactivistes³⁴². Comme l’illustre l’extrait suivant, cette nécessaire exactitude n’est pas toujours rencontrée.

« On en reçoit [des mails d’internautes] ... on en reçoit pas mal, oui. Après, c’est plus ou moins pertinent. Et surtout, c’est plus ou moins précis. C’est-à-dire qu’il ne faut pas nous dire « untel a dit je-ne-sais-plus-très-bien-quoi, je-sais-plus-très-bien-à-quelle-heure et je-sais-plus-sur-quel sujet ». Voilà, il faut que... l’idéal, c’est d’envoyer l’extrait parce qu’autrement, il y a le boulot... » (Entretien avec Jean-Yves Le Gallou, 19 juin 2019).

Comme dans le cas des courriers reçus par les journalistes de la presse *mainstream* (Boltanski *et al.*, 1984), les médiactivistes des contre-médias de réinformation sont par ailleurs confrontés à la question de la vérité des assertions qu’ils reçoivent. Le travail d’enquête ne peut cependant être entamé qu’une fois la *normalité* de l’information fournie par l’internaute établie. Les échanges avec les enquêtés ont en premier lieu été l’occasion d’évoquer les critères de normalité retenus pour évaluer les commentaires (*voir plus bas*). L’entretien avec un des deux animateurs de *Paris Vox* permet pour autant d’insister sur le fait que toutes les informations fournies par des internautes ne peuvent pas être utilisées – quand bien même elles seraient riches

³⁴¹ Entretien avec Clément, 4 septembre 2020. Selon ce dernier, la veille radio est plus compliquée à mettre en place, en ce qu’elle nécessiterait des moyens humains plus importants.

³⁴² Ce point est par ailleurs souligné dans un entretien concernant *Paris Vox*. L’enquêté note que du fait de moyens limités – notamment humains – les rédacteurs ne sont pas en capacité d’investiguer par eux-mêmes si les informations sont imprécises : « Donc on répond à tout le monde. Donc quand ils nous donnent de l’information, soit il y a de la matière pour faire un article, soit on leur demande d’essayer de compléter. Et en général, ça s’arrête là, parce que les gens n’ont pas envie, ou ils ont pas le temps... Donc, malheureusement on peut pas non plus... c’est aussi la faiblesse de notre... c’est qu’on ne peut pas tout exploiter. Parce qu’il y a des choses, il faudrait aller voir sur place directement, *etc.*, et ça, on peut pas se le permettre ». (Entretien avec Xavier, 20 juin 2019).

en détails, et ne dérogeraient donc pas au principe d'exhaustivité – parce qu'elles ne rentrent pas dans les critères de *normalité* fixés par les contre-médias.

« Et dans ce cas-là, comment est-ce que vous entretenez un lien avec vos lecteurs ?

*Bah, déjà, on s'efforce de répondre à tout le monde. Parce qu'on a aussi, comme je pense tout site quel qu'il soit, on a aussi pas mal d'illuminés. Donc ça, on essaye de leur expliquer calmement qu'on peut pas relayer l'information qu'Anne Hidalgo a donné la concession du premier étage de la tour Eiffel pour faire une mosquée salafiste. Ça, ce genre... »
(Entretien avec Xavier, 20 juin 2019).*

Si les informations fournies par les internautes répondent à l'exigence de *normalité*, et apparaissent comme suffisamment développées – ou pouvant être étayées par un travail d'enquête, elles peuvent être reprises par les médiactivistes et être à l'origine d'un ou plusieurs articles. Deux exemples tirés des entretiens permettent d'illustrer le travail des médiactivistes dans ce cadre, ainsi que les interactions qu'ils développent avec leurs informateurs.

Le premier concerne *Burdigala Presse*, site de réinformation régional (Sud-Ouest) qui recevrait mensuellement entre 5 et 10 informations provenant des internautes, apparemment principalement par l'entremise de Facebook. Le responsable du site me déclare avoir été informé par un ancien dirigeant d'un club de football local – celui de la ville de résidence de mon enquêté – de signes interprétés comme les manifestations de tensions communautaires : l'impossibilité de faire asseoir à une même table les joueurs de confession musulmane et les non-musulmans et la possible annulation de la fête d'ordinaire organisée pour Noël. Un tel sujet présente un intérêt pour l'enquêté, d'autant qu'il estime qu'il touche à des thématiques ignorées des médias conventionnels. En conséquence, il entame un « reportage » à ce sujet, qui devrait donner lieu à ce qu'il qualifie « d'article de fond ».

« Là, par exemple, je suis sur un reportage au club de foot de [commune de Gironde]. J'ai un des membres qui m'a dit que maintenant, à chaque fois qu'il y a un repas en commun ou autre, il y a une table pour le halal, et une table pour le reste. Qu'ils ne mélangeaient pas. Que récemment, lors d'une sortie, d'un match à Carcassonne, les sandwiches au jambon avaient été balancés. Vous voyez ? Donc tout ça, c'est des choses qu'on relate, et que la presse se gardera bien de... Et là, il est question – c'est pour ça qu'une personne m'a contacté – il est question qu'ils suppriment la fête de Noël. Cela dit, il y aura peut-être le confinement pour ça (il rit). Il y avait toujours un arbre de Noël, etc. Et au club, ils veulent supprimer cette fête. Voilà. Alors ça, c'est des choses dont la presse se gardera bien de parler et que nous, évidemment, dans le cadre de la

réinformation... Et petit à petit, on a des gens qui nous contactent et nous disent “tiens, à tel endroit, il se passe telle ou telle chose” » (Entretien avec Alain, 29 octobre 2020).

Comme l’observe mon enquêté, le principal enjeu posé par ces remontées d’informations concerne leur vérification. Cette dernière est en effet nécessaire pour s’assurer qu’elles ne sont pas motivées par « des vengeances personnelles [ou] toutes sortes de choses ». La suite de l’entretien est donc l’occasion de préciser les procédures mises en place pour s’assurer que l’information fournie correspond à une forme de réalité. Ici, l’enquête – en préparation ou en cours au moment de l’entretien – semble consister en premier lieu dans des échanges approfondis avec l’informateur, ceci pour lui « extorquer les détails » nécessaires à la rédaction d’un article. Le recueil d’une parole contradictoire – auprès des dirigeants du club comme je le suggère – ne semble pas nécessaire à l’enquêté, qui souhaite plutôt les contacter une fois l’article rédigé, afin de les « confronter ».

« Quand vous me parliez de l’insécurité, ou tout ce qui concerne le club de foot de Langon... Vous me dites, “ça peut être des rumeurs pour décrédibiliser des personnes, donc il faut qu’on vérifie”. Comment vous mettez en place justement ce processus de vérification ?

Alors c’est pas forcément facile, parce qu’il y a souvent une forme d’autocensure. Il faut déjà – comment dirais-je – se renseigner sur la fiabilité de la personne qui vous a informé. Par exemple, le club de foot de [ville de Gironde], c’est quelqu’un qui est un vieux dirigeant. Qui ne dirige plus, mais est quand même partie prenante de l’équipe, vous voyez, donc qui est quand même parfaitement fiable. Parfaitement fiable, mais si vous voulez, il faut... que je lui extorque les détails. Parce qu’il n’ose pas trop me parler.

Et vous appelez aussi le club ?

Alors, une fois que j’aurai... Pour l’instant, j’en suis au stade de l’enquête. Mais après, oui. Une fois que j’aurai tous les éléments, je me permettrai d’appeler le club en disant « il se passe telle et telle chose ». Je vérifie la réponse officielle qui me sera donnée. Ça, c’est intéressant de confronter, hein. » (Entretien avec Alain, 29 octobre 2020).

Le second exemple concerne *Riposte Laïque*, site qui bénéficie d’apports importants provenant des internautes (estimés à 200 messages quotidiens). Du fait de ces remontées d’informations nombreuses et régulières, mon enquêté vante la qualité du « réseau » formé par ses lecteurs. Ces derniers participent en effet pour témoigner de leurs expériences quotidiennes, apparemment généralement sous le prisme de la dénonciation, qu’il s’agisse de mettre à l’index les enseignants ne partageant pas les valeurs promues par le monde de la réinformation ou les « jeunes » ne se conformant

pas aux règles édictées par le gouvernement pendant la crise sanitaire. La participation des internautes-lecteurs a aussi pour objet de relayer aux médiactivistes des sujets couverts par la PQR. L'exemple ici relaté par le fondateur de *Riposte Laïque* lui permet par ailleurs de présenter les informations remontées par les internautes comme un ensemble d'apports permettant de se distinguer, et ainsi de détenir une sorte d'avantage concurrentiel sur les autres médias – qu'ils soient conventionnels ou de réinformation. C'est ainsi que mon enquêté présente le sujet, remonté par un internaute en qualité de parent d'élève comme « une exclusivité ».

« Parce qu'au-delà de FdeSouche et Russia Today [comme sources], on reçoit à peu près 200 messages par jour. De la part de lecteurs, de la part de personnes qui nous connaissent, qui nous donnent des informations. Vous voyez, par exemple, je ne sais pas si vous nous avez lu récemment, mais on a un parent d'élève qui nous a appris que dans sa classe, vous avez une enseignante qui a fait un exposé sur Zemmour. Un exposé très désagréable.

Ah oui, j'ai vu.

Ça, c'est un truc, c'est une exclusivité à nous. C'est-à-dire que c'est un lecteur qui nous a appris ça. Vous pouvez avoir un autre qui va raconter ce qui se passe tous les soirs chez lui, alors que c'est le confinement : on voit qu'il y a plein de jeunes qui sont dehors, et que la police n'est pas là. Vous voyez, vous avez des témoignages quotidiens, des gens qui nous font suivre des articles de la presse quotidienne régionale que nous, on ne connaissait pas et qui nous paraît intéressants à traiter. Vous voyez, vous avez ce mélange des sites de réinfosphère, et en même temps, ce qu'est notre savoir-faire, à travers tout le réseau d'auteurs, de lecteurs, et tout, qui amènent leur main à la pâte, en amenant des informations qu'on choisit de traiter ou de ne pas traiter » (Entretien avec Pierre, 20 novembre 2020).

Sur la base de l'exemple de l'enseignante ayant fait un exposé sur Éric Zemmour³⁴³, j'ai demandé à l'enquêté de préciser la manière dont les informations fournies par les internautes sont exploitées et permettent d'aboutir à la production d'un article³⁴⁴. Comme dans le cas précédemment mentionné de *Burdigala Presse*, mon interlocuteur a mis en avant la nécessité de vérifier l'information fournie, celle-ci devant « paraître fiable » pour donner lieu à la rédaction d'un article. Ce souci de vérification est guidé par la revendication d'une « honnêteté rédactionnelle », ainsi

³⁴³ Il s'agit en réalité d'une professeure d'histoire-géographie ayant repris dans le cadre d'un examen d'Enseignement Moral et Civique (EMC) un article du *Monde* relatif à la condamnation en première instance d'Éric Zemmour. Les collégiens devaient notamment répondre à des questions portant sur cet article.

³⁴⁴ Tassin Christine, « Un professeur d'histoire calomnie Zemmour devant des enfants de 13 ans », *Riposte Laïque*, 18 novembre 2020. URL : <https://ripostelaique.com/un-professeur-dhistoire-calomnie-zemmour-devant-des-enfants-de-13-ans.html>.

que par la volonté de ne pas être pris en défaut à relayer de fausses nouvelles, alors que les médiactivistes qui animent le site se savent « guettés » par des observateurs extérieurs, certainement prompts à les dénoncer en cas d'erreur. Il s'agit pour les médiactivistes de s'assurer que les informations communiquées ne proviennent pas d'une « personne malveillante » souhaitant porter préjudice à une autre. Le contrôle de la véracité de l'information aurait ici été assuré par un souci apporté à la bonne foi de l'informateur, ainsi que par l'appui sur un élément matériel appuyant ses propos (une copie numérique du sujet d'examen dénoncé). Il faut bien noter que « l'honnêteté rédactionnelle » invoquée par l'enquêté n'équivaut en aucun cas à l'idéal de distance et de neutralité revendiqué par la profession journalistique (Charaudeau, 2010). Le souci de neutralité se matérialise généralement par l'attention donnée à l'exposé de propos contradictoires³⁴⁵. Dans ce cas précis, il aurait pu se concrétiser dans le fait de recueillir aussi bien le témoignage du parent d'élève que celui de l'enseignante, ceci pour confronter les deux perspectives. Rien dans ce qui est déclaré par l'enquêté, ni dans ce qui figure dans l'article ne laisse entendre que cette dernière a été contactée, quand bien même son nom et son prénom y sont mentionnés à plusieurs reprises, et que les développements précisent aussi le collège dans lequel elle enseigne. De fait, l'article ne se base pas non plus sur des déclarations du parent outré qui a renseigné le contre-média. Son auteur propose en réalité un commentaire à charge du sujet et de la correction proposée par l'enseignante, écrit avec une certaine virulence³⁴⁶.

« Et d'un point de vue très concret. En prenant l'exemple de l'institut qui parle de Zemmour, comment vous procédez ? On vous envoie l'information par mail ? Par le formulaire qui est sur le site ?
Non, on nous envoie un mail. On vérifie, évidemment. On regarde qui est la personne. On fait quelques recherches quand même. S'il le faut, on demande à avoir un entretien avec lui. Parce qu'on sait qu'on peut tomber sur des personnes malveillantes, ça nous est arrivé une fois, je ne

³⁴⁵ Je note bien que le seul exposé de propos contradictoires ne peut pas fonder une approche neutre, la modalisation de la parole rapportée pouvant elle aussi trahir les partis-pris des journalistes. Pour autant, le principe contradictoire reste un outil mobilisé par la profession pour tendre vers l'objectif de neutralité.

³⁴⁶ Un paragraphe permet d'illustrer cette dimension : « Il reste du Staline et du goût pour la Pravda et l'endoctrinement chez nos profs gauchos. Ça pourrait nous faire rire... s'ils n'étaient pas si nombreux, et si nombreux à n'avoir ni science ni conscience. Car là est aussi une des causes du désastre. Le métier d'enseignant s'est tellement dévalorisé que l'on recrute des profs avec 5 de moyenne, des médiocres, des gens sans connaissance ni talent... alors quand, en plus, ils n'ont pas de conscience, c'est une tragédie pour l'école. Et pour la nation ». Christine Tassin, « Un professeur d'histoire calomnie Zemmour devant des enfants de 13 ans », *Riposte Laïque*, 18 novembre 2020. URL : <https://ripostelaique.com/un-professeur-dhistoire-calomnie-zemmour-devant-des-enfants-de-13-ans.html>.

vous le cache pas³⁴⁷. Une personne malveillante qui nous envoie une fausse info... On essaie quand même. C'est notre crédibilité, on sait qu'on est guettés et tout. Et il y a quand même une honnêteté rédactionnelle. Donc, on vérifie quand même l'info, et puis, quand elle paraît fiable, on y va.

Là, sur cet exemple de l'institut, vous avez appelé la personne qui vous a donné l'information ?

Non, parce qu'on a constaté, on fait des recherches, et c'est quelqu'un qui a toujours été... qui achète nos livres... on va dire que c'est quelqu'un qui était dans nos fichiers.

D'accord.

Donc à partir du moment où il est dans notre fichier, où il nous a quand même envoyé les textes du devoir et tout, avec le nom... Bon, on a compris que c'était quelque chose de sérieux. Il y avait vraiment tous les éléments qui recouvraient ce que la personne disait.

D'accord, parce qu'il y avait des éléments matériels.

Oui, oui, il nous avait envoyé une pièce-jointe et tout. Avec ce qu'était l'exercice, la classe de la personne, le nom de l'élève en haut et tout... Donc il n'y avait vraiment pas de doutes ». (Entretien avec Pierre, 20 novembre 2020).

Aussi, les contre-médias de réinformation faisant usage des pistes soumises par les internautes sont confrontés à deux enjeux qui conditionnent la suite donnée par les médiactivistes. Le premier concerne la *normalité* des apports des internautes. Les critères de normalité varient certainement d'un contre-média à l'autre, principalement en fonction des lignes éditoriales adoptées. Dans l'exemple précédemment cité de *Paris Vox* la prise en compte de ces critères conduit à écarter les suggestions des lecteurs qui sont proches des récits conspirationnistes. D'autres contre-médias plus perméables aux théories complotistes placeront certainement leurs critères de normalité à un autre niveau. Le second enjeu est celui de *l'exhaustivité*. La faiblesse des moyens humains et financiers d'une grande partie des contre-médias de réinformation limite la capacité des médiactivistes à se renseigner sur des pistes laissées floues par les informateurs. Si ces deux critères sont rencontrés, alors les médiactivistes pourront approfondir celles qui leur sont proposées, en enquêtant sur les sujets soulevés par les internautes. Quand bien même les contre-médias de réinformation s'approprient les valeurs et les référents du journalisme (Stephan et Vauchez, 2021 ; Vauchez, 2018), les entretiens montrent

³⁴⁷ Ce précédent fait d'ailleurs l'objet d'un développement dans le chapitre 4 de cette thèse, car il a été mis en avant dans un article de presse pour illustrer l'écart qui sépare les productions des médias *mainstream* de celles des médiactivistes de réinformation.

que le travail d'enquête mené par les médiactivistes ne répond pas aux standards dont se targue la profession, au premier rang desquels la neutralité. Les deux exemples ici reproduits montrent en effet que la parole de l'informateur occupe une place extrêmement importante quand l'exposé de propos contradictoires n'apparaît pas nécessaire.

6.3.2.2. Proposer un article : l'internaute-contributeur

Certains des contre-médias – à l'image de *Riposte laïque* précédemment mentionné – permettent aux internautes de dépasser la fonction d'informateurs et d'endosser un rôle de contributeurs. Il s'agit alors d'intégrer leurs productions (articles, vidéos, etc.), *in extenso*, au contenu des contre-médias. Ce faisant, on aboutit à une porosité entre la position occupée par les médiactivistes et celle du public. Une telle logique est similaire à ce qui est observé dans l'étude du journalisme participatif qui a pour principe d'affaiblir les frontières qui séparent les sources, les journalistes et le public (Tredan, 2007). Traiter de l'intégration des contributions des internautes permet d'insister sur les logiques de soumission qui prennent le pas sur les logiques de publication directe et désintermédiée.

6.3.2.2.1. Une publication intermédiée

Si j'ai précédemment noté que le média progressiste en ligne *Indymedia* avait adopté des dispositifs d'*open-publishing* (Estienne, 2009), je remarque ici que les médiactivistes des contre-médias de réinformation mettent en place des procédures de contrôle des contributions des internautes. Les productions proposées par ces derniers sont ainsi soumises à modération, c'est-à-dire à examen et sélection (Badouard, 2021b). Dans ces conditions, les internautes ne publient pas librement et directement leurs contributions, ils les soumettent à l'approbation des médiactivistes. Très peu nombreux sont cependant les contre-médias qui mettent en ligne des chartes éditoriales permettant d'encadrer la participation des internautes, en précisant les attendus qui sont les leurs, sur le fond et la forme. Le site *Agoravox*, qui a représenté un modèle pour le journalisme participatif avant d'être coopté par des internautes réactionnaires (Rebillard, 2007a ; Tredan, 2007), est ainsi le seul à

présenter une charte élaborée³⁴⁸ détaillant les attentes à l'égard des contributeurs et précisant le processus de validation qui y est mis en place. Les contributeurs doivent ainsi prêter attention à la propriété intellectuelle, et respecter le droit d'auteur. Il est de plus précisé que les contributions relevant des catégories suivantes ne sont admises : « articles à caractère diffamatoire, pornographique ou commercial [ainsi que] l'incitation à la haine, au racisme, au sexisme, à l'homophobie ». Il est finalement indiqué que la modération est mise en place sur un mode collégial, les internautes ayant publié un minimum de quatre articles étant invités à participer à ce travail de filtrage et de sélection des propositions des internautes. Le détail apporté à ces précisions est certainement lié au fait que la dimension participative est au cœur du projet d'*Agoravox*. L'essentiel des contre-médias du corpus fonctionnant *a contrario* autour d'un noyau médiactiviste, le rapport aux contributions des internautes est différent. Celles-ci constituent des apports qui peuvent être bienvenus, mais ne sont pas des productions essentielles à l'activité éditoriale. Si l'essentiel des contre-médias n'apporte aucune précision aux aspirants contributeurs (Figure 16), cela ne signifie en aucun cas que les médiactivistes n'ont pas d'attentes à ce niveau. Tous les enquêtés déclarant recevoir et publier des contributions extérieures mettraient ainsi en place des démarches de sélection, s'arrêtant à la fois sur la forme et le contenu des propositions. L'exemple de l'*Étudiant libre* permet d'illustrer plusieurs des points mentionnés par les enquêtés.

³⁴⁸ Site d'*Agoravox*, onglet « Qui sommes-nous ? ». URL : <https://www.agoravox.fr/qui-sommes-nous/article/politique-editoriale-60>.

[Accueil](#) » [Rédiger un Article](#)



Rédiger un Article

L'Étudiant Libre est un journal libre et indépendant, aussi pouvez-vous nous envoyer vos articles pour que nous les publions, en votre nom ou non.

Prénom* Nom*

E-mail*

Message*

Article* Aucun fichier choisi

Je souhaite que l'article soit publié en mon nom*

Could not connect to the reCAPTCHA service. Please check your internet connection and reload to get a reCAPTCHA challenge.

Figure 16 : En 2020, l'Étudiant libre permet aux internautes de contribuer, mais ne précise pas ses attentes à ce niveau

L'Étudiant libre est de son côté un contre-média créé pour « donner la parole aux étudiants, qu'ils aient des capacités journalistiques et rédactionnelles, ou pas³⁴⁹ ». Il s'agit donc d'un projet comportant une portée participative prononcée. Dans les faits, ses colonnes sont ouvertes à d'autres contributeurs que les seuls étudiants, un professeur d'université ayant lui-même proposé un article relatif aux contraintes sanitaires dans l'enseignement supérieur. En 2020, lors de mes entretiens avec les médiactivistes, le site disposait d'un formulaire en ligne permettant de soumettre un article. Au moment de la rédaction de ces lignes, en 2022, une adresse mail est mise à disposition des internautes pour contacter les responsables du site. Dans les deux cas, les dispositifs mis en place traduisent l'instauration d'un processus de sélection, dont l'existence est confirmée par mon enquêté. Je l'ai en conséquence interrogé sur les critères pris en compte au moment de la modération des propositions des internautes, et en particulier sur ceux conduisant à les rejeter.

« Est-ce qu'il vous arrive d'en décliner [des propositions d'articles] ? De dire "ça, on ne peut pas le publier". Et pourquoi ?

³⁴⁹ Entretien avec Antoine, 5 décembre 2020.

Oui, oui, ça arrive. Soit parce que c'est un sujet vraiment... soit qui intéresserait peu notre public, soit qui est pas très bien traité. Je ne sais pas, je n'ai pas d'exemple en tête, mais si quelqu'un fait quelque chose d'incomplet, ou d'hyper-partiel, et que l'on sent que c'est quelque chose de brouillon, on ne va pas publier. Donc il faut quand même que le fond soit intéressant à lire, tout simplement. Et après, sur la forme, si c'est hyper-mal écrit et qu'on ne comprend rien, on ne publie pas. Mais ça, c'est quand même assez rare.

Dans ce dernier cas de figure, vous le renvoyez à l'auteur en lui disant "il faut reprendre" ? Ou ça passe à la poubelle ?

Ça dépend. Ça dépend du mail qui accompagne... c'est vraiment au cas par cas. Si c'est quelqu'un qui nous envoie son truc en nous disant "voilà, j'ai passé beaucoup de temps à l'écrire, j'aimerais bien être publié, dites-moi ce que vous en pensez" et qu'il y a plein de fautes d'orthographe, on va lui dire "essayez de corriger les phrases et de faire des trucs corrects et après, on le publie avec plaisir". Si c'est quelqu'un qui nous dit "voilà, j'ai écrit ça vite fait, pour une rédaction en français, est-ce que ça vous intéresse ?", on ne va pas le publier quoi » (Entretien avec Antoine, 5 décembre 2020).

Les médiactivistes de l'*Étudiant libre* attendent ainsi des contributions des internautes qu'elles soient suffisamment développées et claires. Dans le cas où la proposition est estimée intéressante mais ces attentes ne sont pas respectées, des échanges peuvent être instaurés pour que l'internaute apporte des modifications à son document. L'entretien avec Antoine permet par ailleurs d'isoler les différentes étapes présidant à la soumission des articles par des internautes et à leur publication. Le jeune médiactiviste est généralement celui des fondateurs du contre-média qui accède en premier aux propositions. S'il l'estime nécessaire, il met l'article à la disposition des autres membres fondateurs, afin que ceux-ci jugent de sa qualité. En cas de besoin des corrections peuvent être demandées à l'auteur. Finalement, des correcteurs (une dizaine de bénévoles, dont le travail est coordonné sur la messagerie WhatsApp) procèdent à une relecture du document. Dans le cas de l'*Étudiant libre* donc, les contributions extérieures engagent différents acteurs, à différentes fonctions : l'internaute rédige, et potentiellement reprend un article, quand les fondateurs du site le valident et les correcteurs y apportent quelques modifications formelles. Les enquêtés écrivant pour d'autres contre-médias témoignent d'une division fonctionnelle des tâches basées sur les mêmes principes. Chez *Riposte laïque* par exemple, l'équipe de rédacteurs (une vingtaine de médiactivistes se distinguant par le volume de billets et articles produits) a accès aux contributions

des internautes et valide ou non le principe de leur publication. Des correcteurs se penchent de la même manière sur les articles.

L'entretien avec Christine, fondatrice de *Résistance républicaine* a par ailleurs été l'occasion d'insister sur le travail d'édition à l'œuvre pour les médiactivistes intégrant les productions des internautes. Trois critères de validation sont mis en avant pour ces contributions. Le premier concerne le respect de la ligne éditoriale du contre-média. Le deuxième consiste en un exposé estimé cohérent et pertinent, et non « abracadabrantésque ». Le troisième et dernier concerne la taille des propositions, qui doivent faire entre trois et dix pages. Le non-respect de cette dernière exigence conduit mon enquêtée à adapter la contribution – sous condition évidemment que les deux premières soient respectées. Si la proposition est jugée trop longue, elle la scinde en deux parties ; et si elle est au contraire trop courte, elle fait le choix de la ranger parmi les brèves ou décide d'y ajouter des éléments. Ce travail d'édition comprend aussi la mise en page des articles, qui peut comprendre le temps consacré à la recherche d'images d'illustration.

Certains des contre-médias de réinformation admettent ainsi la possibilité pour les internautes de proposer leurs propres analyses et commentaires, sous forme d'articles appelés à être signés de leur nom. Ces articles ne sont cependant pas publiés directement par les internautes, ces derniers les soumettant aux médiactivistes en charge des contre-médias. La validation de ces propositions engage plusieurs lectures, relatives au contenu de l'article – à son intérêt et sa pertinence en rapport avec la ligne éditoriale – et s'arrêtant sur sa forme. Des corrections ou précisions peuvent être demandées par les médiactivistes à l'issue de ces lectures, à l'origine d'échanges avec les internautes. Ces contributions externes nécessitent aussi un travail d'édition, les médiactivistes devant procéder à leur mise en page.

6.3.2.2.2. *Des contributions intégrées à l'espace éditorial*

Je soulignais dans la revue de littérature introductive à ce chapitre que *Mediapart* – *pure player* dont le développement s'est appuyé sur une prétention participative forte – met en œuvre plusieurs procédés permettant de distinguer les articles rédigés par les journalistes des contributions des internautes (Canu et Datchary, 2010). En conséquence, j'ai interrogé l'existence de procédés de ce type parmi les contre-médias publiant les contributions des internautes.

Dans l'ensemble, les contre-médias semblent intégrer les contributions du public à leur propre production éditoriale, sans les en distinguer. La seule exception à ce niveau est le *Média pour Tous*, qui dédie un espace aux productions du public (« Tribune pour Tous³⁵⁰ »). Cependant, j'ai remarqué que certains des articles qui y sont présentés sont en réalité écrits par les médiactivistes qui animent le contre-média. *De facto*, cet espace met en réalité en co-présence des productions médiactivistes (des articles, qui se distinguent des vidéos d'ordinaire réalisées par le contre-média) et des contributions d'internautes. D'autres sites permettent d'illustrer l'intégration des contributions aux espaces éditoriaux. Dans les cas de *Riposte laïque* et *Résistance républicaine*, les contributions des internautes sont pleinement intégrées aux espaces éditoriaux. Les noms, identités réelles ou pseudonymes, de ces contributeurs ponctuels rejoignent en conséquence les listes des auteurs des deux sites³⁵¹ – très fournies puisqu'excédant les mille auteurs dans les deux cas. Aucune distinction formelle ne permet de distinguer au premier abord les productions des internautes de celles des médiactivistes. Dans le cas du *Rouge et le Noir*, les articles des internautes sont aussi mêlés à ceux rédigés par les médiactivistes. Un élément permet cependant de distinguer ces deux types de contributions. Les articles récemment publiés sont en effet proposés dans un menu déroulant. L'internaute naviguant sur le site a accès à quelques informations concernant l'offre éditoriale : le titre des articles, la rubrique dans laquelle ils sont rangés³⁵², la date de publication, l'identité de l'auteur et des *tags* permettant de référencer les articles. Les contributions proposées par des acteurs extérieurs au cercle médiactiviste animant le site sont marqués comme tels, le nom de l'auteur affichant alors « Contributeurs extérieurs » (Figure 17).

³⁵⁰ Site du *Média pour Tous*, onglet « Tribune pour tous ». URL : <https://lemediapourtous.fr/category/actu/tribune-pour-tous/>.

³⁵¹ Site de *Riposte laïque*, onglet « Auteurs ». URL : <https://ripostelaique.com/les-auteurs-de-riposte-laique>. Site de *Résistance républicaine*, onglet « Auteurs ». URL : <https://resistancerepublicaine.com/auteurs/>.

³⁵² Le site comprend les rubriques suivantes : « Les analytiques », « Les brèves », « Les controverses », « Les inquisitoriales » et « Les opinantes ».

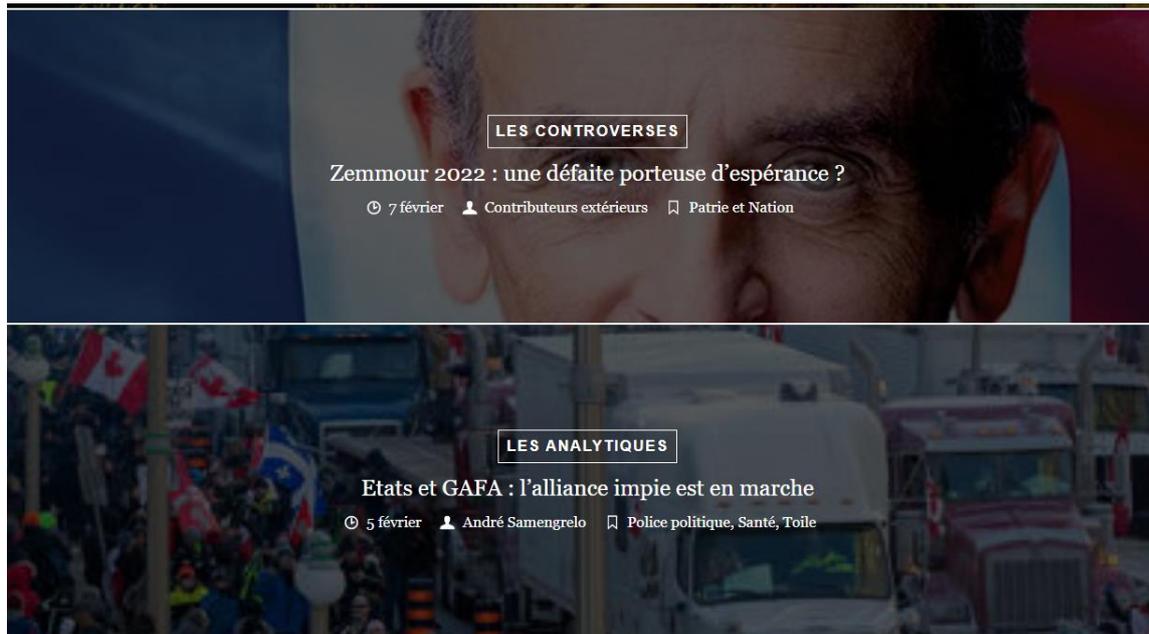


Figure 17 : Sur Le Rouge et le Noir, les articles rédigés par des acteurs extérieurs au groupe médiactivistes sont marqués comme tels

6.3.2.3. Commenter les articles, l'internaute-interprète

Parmi les sites et blogs du corpus, 83 (soit 60.6%) mettent à disposition des internautes des espaces sur lesquels ils peuvent commenter les productions des médiactivistes. Ces dispositifs peuvent de plus être complétés par la possibilité de laisser des observations et remarques sur les pages des contre-médias sur différents RSN. À ce titre, l'interprétation (Domingo *et al.*, 2008) apparaît être l'étape à laquelle les internautes sont les plus fréquemment appelés à participer dans le monde de la réinformation. La possibilité d'interpréter les informations se traduit concrètement par la construction d'espaces dédiés sur lesquels les internautes peuvent compléter les informations fournies par les contre-médias, les approuver ou encore les contester.

Certains des contre-médias ne mettent pas à disposition des internautes de tels espaces sur leurs sites, à l'image de *TV Libertés* – des commentaires peuvent néanmoins être laissés sur les RSN utilisés par la chaîne, et notamment YouTube où sont publiés les différents programmes de la web-TV – ou encore *Polémia*. Dans les cas où des espaces de commentaires et de discussions sont proposés, ils peuvent prendre des formes variées. La forme la plus commune est celle adoptée par *Fdesouche*, site préminent du corpus, valorisant l'interprétation des nouvelles par

son public³⁵³. Les internautes peuvent apposer leurs remarques et réflexions sur la même page que les articles, généralement en dessous de ces derniers. Ceci représente la configuration la plus commune parmi les contre-médias du corpus. On retrouve ce principe chez d'autres sites et blogs : *Russia Today*, *Boulevard Voltaire*, *Nouvelles de France*, etc. Le site *Démocratie participative* adopte lui un dispositif singulier, en redirigeant les internautes souhaitant commenter les articles vers un forum hébergé sur le site Europe Écologie les Bruns (EELB)³⁵⁴. Les articles et les commentaires sont donc hébergés sur deux sites distincts. Cette configuration semble être en réalité la conséquence des décisions de justice concernant le premier site. Comme l'observaient les journalistes de *Libération*³⁵⁵, le renvoi vers EELB permet aux animateurs de *Démocratie participative* de continuer à entretenir un contact avec leur public, quand bien même le tribunal de grande instance de Paris a imposé aux fournisseurs d'accès Internet de bloquer les accès au site pour les internautes français³⁵⁶. Cette architecture singulière, unique dans le corpus, résulte donc de la volonté de contourner les sanctions appliquées à *Démocratie participative*.

Par-delà ces éléments, l'essentiel des sites requiert une identification des internautes souhaitant participer en apportant leurs commentaires sur les sujets traités par les contre-médias. L'identification passe le plus généralement par l'entrée de l'adresse mail. Elle peut aussi passer par le truchement de plateformes sociales telles que Facebook et Twitter ou encore la plateforme dédiée Disqus (notamment employée chez *Causeur* ou *Fdesouche*). Finalement, l'identification des internautes peut nécessiter l'inscription et la connexion sur le site ou blog (*Boulevard Voltaire*, *Égalité et Réconciliation*, etc.). On notera cependant que certains blogs, hébergés sur Blogspot/Blogger³⁵⁷ permettent aux internautes d'interpréter les informations anonymement, sans laisser d'adresse mail ni de pseudonyme.

³⁵³ Dans un entretien partiellement reproduit dans *La fachosphère*, le principal animateur du site déclarait « On fonctionne sur le principe d'une revue de presse, à base de copier-coller. Ensuite, ce sont nos lecteurs qui font l'analyse : à eux d'analyser, de dissenter et de montrer où est la manipulation s'il y en a une ! » (Albertini et Doucet, 2016, p.26).

³⁵⁴ Site d'Europe Écologie Les Bruns. URL : <https://eelb.su/index.php>.

³⁵⁵ Pierre Plottu et Maxime Macé, « Interdit, le site néo-nazi et ordurier Démocratie participative est de retour », *Libération*, 21 mai 2020. URL : https://www.liberation.fr/france/2020/05/21/interdit-le-site-neo-nazi-et-ordurier-democratie-participative-est-de-retour_1789025/.

³⁵⁶ L'accès au site reste cependant possible à travers l'emploi d'un VPN.

³⁵⁷ *Au cœur du nationalisme*, *Le blog de Bernard Lugan*, *La Brebis Galleuse*, *L'écho parisien* et *Le blog de Jeanne Smits*.

6.3.2.3.1. Commentaires et modération dans le monde de la réinformation

Quelques-uns des contre-médias encadrent la participation des internautes en précisant ce qui est attendu des commentaires. Ces indications précisent généralement que ceux ne répondant pas aux attentes formulées seront supprimés, *a priori* ou *a posteriori*³⁵⁸. Elles peuvent aussi être l'occasion de fixer une fenêtre temporelle pendant laquelle les activités d'interprétation peuvent être entreprises³⁵⁹. Ces chartes de participation – plus ou moins étayées – ont en commun de présenter comme donnant lieu à la suppression du commentaire tous les propos racistes, violents, ou à nature sexuelle. Ce faisant, les médiactivistes intimant à leurs internautes de se conformer aux dispositions législatives encadrant l'exercice de la libre expression, et d'éviter d'employer des termes et expressions condamnables. Plusieurs des chartes statuent par ailleurs le fait que les sujets abordés dans les commentaires des internautes doivent répondre aux mêmes préoccupations que celles traitées dans les articles³⁶⁰. L'adoption d'une telle décision a évidemment pour effet d'encadrer les prises de parole des internautes, en ne leur laissant pas l'initiative des sujets qu'ils peuvent aborder. Les consignes destinées aux internautes peuvent par ailleurs intégrer des considérations relatives à des critères formels, qu'il s'agisse de la casse utilisée ou de l'attention portée à la qualité globale de l'expression écrite. Finalement, certains blogs indiquent qu'ils mettent en place une modération des commentaires, sans rien préciser des critères pris en compte pour ce faire³⁶¹.

L'absence d'indications à destination des internautes ne signifie en aucun cas que les préoccupations relatives à la modération sont absentes des pratiques des médiactivistes. L'illustrent les entretiens conduits avec des rédacteurs de *Résistance républicaine* et *Riposte laïque*. Ces deux sites ne présentent en effet aucune charte de modération ni ne formulent aucune recommandation à destination des internautes.

³⁵⁸ Ainsi, *Le Rouge et le Noir* précise que « les commentaires sont modérés *a posteriori* », c'est-à-dire après publication, quand *Valeurs Actuelles* précise que la modération – qui est déléguée à une entreprise spécialisée, Netino – est réalisée *a priori*.

³⁵⁹ *Boulevard Voltaire*, par exemple, définit une fenêtre pendant laquelle les espaces de commentaires sont ouverts : « BVoltaire.fr vous offre la possibilité de réagir à ses articles (excepté les brèves) sur une période de 5 jours ». Cette précision est apportée sous chacun de ses articles.

³⁶⁰ Le site de Renaissance catholique précise ainsi que « les commentaires n'ayant aucun rapport avec le contenu du Site seront considérés comme du pourriel et par conséquent supprimés ». Site de *Renaissance catholique*, onglet « Informations légales ». URL : <https://renaissancescatholique.fr/informations-legales/>.

³⁶¹ C'est par exemple le cas des blogs *Belgicatho* et *Boulevard de l'islamisme*.

Pourtant, la modération des commentaires semble être une tâche extrêmement importante pour les médiactivistes – ici tous bénévoles – dont les productions génèrent de nombreuses réactions. Ainsi, *Résistance républicaine* compterait deux individus se consacrant uniquement à la modération des commentaires. Quatre autres médiactivistes – parmi lesquels mon enquêtée qui est aussi la fondatrice du site – s’y consacrerait parallèlement à l’écriture d’articles. Au total, ce seraient donc six personnes qui assumeraient la charge de modération des commentaires. Du côté de *Riposte laïque*, l’accès des médiactivistes au statut de rédacteur (25 individus en 2020) a pour corolaire de consacrer une partie de leur temps à la correction et la modération des commentaires. Pour les deux sites, les commentaires nécessitent d’être validés pour s’afficher sur le site. Le choix de la modération *a priori* résulte d’une préoccupation apportée à la responsabilité éditoriale – qui est une responsabilité pénale comme le rappelle plus bas mon enquêtée. Les responsables des deux sites expriment un souci d’autant plus important pour cette question qu’ils sont fréquemment amenés à comparaître devant la justice du fait des articles et édito-vidéos qu’ils mettent en ligne. De ce fait, les propos appelant à la violence, ou ouvertement racistes sont considérés comme ne répondant pas aux critères de *normalité* et sont expurgés. Ils n’apparaissent donc pas dans les espaces de commentaires. La créatrice de *Résistance républicaine* insiste par ailleurs sur l’un des critères qui caractériseraient la modération du site : l’absence de tolérance à l’égard de toute manifestation renvoyant à l’antisémitisme. Cette position, qui pourrait apparaître comme une déclaration de principe, illustre aussi les lignes de tension qui traversent le monde de la réinformation. Il s’agit en effet aussi de se distinguer d’un autre site de réinformation, dont le responsable – antisémite manifeste (Collectif des 4, 2018) – critique ouvertement les lignes éditoriales *Riposte laïque* et *Résistance républicaine* : *Égalité et Réconciliation*.

« Vous me parlez de validation, ça signifie bien que le commentaire doit être validé pour être vu par l’internaute ?

Tout à fait. Pour mesure... avec des objectifs très simples. Le premier, c’est de ne pas se faire bouffer par des trolls, des provocateurs. Et on reçoit pas mal de menaces de mort, moi notamment. Ou d’insultes, pour certaines innommables. Il n’y a aucun intérêt à laisser à ces gens-là le champ libre et à leur faire le plaisir de voir apparaître sur le site. La deuxième, c’est que je n’ai pas envie qu’il y ait des gens qui se défoulent, des tarés qui viennent proposer, je ne sais pas – d’incendier des mosquées sur le site. D’abord, c’est contraire à ce que nous pensons et

ce que nous voulons, et ensuite, c'est moi qui suis responsable pénalement en tant que responsable de publication pour ce genre de propos. Même si c'est un troll, un cinglé qui arrive, et qui lui n'a aucun rapport avec nous. Donc ça, ce n'est pas possible. Et enfin, je mène aussi au nom de la République une campagne absolue et entière contre l'antisémitisme. On sait qu'à gauche comme à droite, il y a des antisémites avides de parler du soi-disant complot juif. Je ne veux pas de ça sur RR, donc il est hors de question de laisser passer des commentaires de ce genre » (Entretien avec Christine, 7 décembre 2020).

L'entretien conduit avec le fondateur de *Riposte laïque* va dans le même sens. Le volume quotidien de commentaires mis en avant par l'enquête est conséquent. Les interprétations des internautes nécessitent d'autant plus d'attention que les espaces dédiés sont ouverts par principe à tous les internautes renseignant leur adresse mail, y compris donc aux « tarés » – estimés trop radicaux et virulents – et aux acteurs « voulant nuire » au site en laissant à dessein des commentaires non appropriés. Dans ces deux cas de figure, le risque encouru par les médiactivistes est celui d'être poursuivis devant la justice. Afin d'éviter cet écueil, la modération doit être stricte. Son application conduirait à la mise à l'écart d'environ un quart des commentaires.

« [me parle de l'assignation des tâches, et des médiactivistes préposés au filtrage des commentaires]. Ce qui est une tâche assez lourde, parce que vous avez quand même tous les jours entre 500 et 1000 commentaires. Et ça demande une grande vigilance parce qu'il faut en virer entre 20% et 30%. Parce que sinon, on va passer notre vie au tribunal. Vous avez d'abord des tarés, mais vous pouvez aussi avoir des gens qui veulent vous nuire. Vous pouvez avoir des adversaires, des ennemis, qui postent des trucs, on sait que si on les publie, on se retrouve au tribunal à coup sûr. Donc ça demande quand même une grande vigilance » (Entretien avec Pierre, 20 novembre 2020).

Sur certains sites, à l'image des deux susmentionnés, le volume de commentaires est tel que la modération devient une tâche à part entière nécessitant que les individus qui s'y livrent partagent un cadre interprétatif commun permettant de combiner ouverture à la participation du public et contrôle éditorial. Les quelques contre-médias disposant de moyens peuvent évidemment passer par des entreprises spécialisées. C'est le cas de *Valeurs Actuelles* qui a conclu un contrat avec Netino pour ce faire. Comme je l'ai cependant noté précédemment (Chapitre 5), le monde de la réinformation est caractérisé par la faiblesse des moyens d'une grande partie de ses acteurs. De ce fait, la modération est directement prise en charge par les médiactivistes, comme l'illustre le cas de Roger, rédacteur pour *Riposte laïque*. Le contre-média ne fournit pas de définition précise de ce qui constitue des contenus

problématiques, et c'est donc à chacun des rédacteurs de distinguer les commentaires qu'il doit expurger et ceux qui présentent un intérêt. Pour mon enquête, ce sont les propos ouvertement racistes et injurieux qui nécessitent en premier lieu d'être écartés. Les propos qui ne tomberaient pas dans ces travers peuvent eux être conservés, en ce qu'ils sont en premier lieu considérés comme l'expression des opinions des internautes.

« Il faut arriver à faire le tri. Et moi, le tri, j'arrive à le faire en interdisant tout ce qui est insultes racistes : tout ce qui est des mots comme “nègres”, “noirs” – pas noir parce que je trouve ça normal de dire qu'un homme est noir, c'est pas choquant... Mais “nègre”, “bougnoul”, etcetera. C'est des trucs que je trouve absolument dégueulasse. Et puis ensuite, tous les propos antisémites, profondément racistes. Même animalistes : je ne supporte pas les commentaires qui ramènent un humain ou une personne à une position animale. Comme “chien”, ou des choses comme ça quoi. (temps de pause) C'est mes critères à moi, hein » (Entretien avec Roger, 10 décembre 2020).

Ce témoignage permet par ailleurs de prolonger les constats relatifs aux modérateurs prenant en charge la validation des commentaires pour le compte des entreprises de presse conventionnelles, locales et nationales (Smyrnaio et Marty, 2017). Les cadences importantes observées auprès de ces acteurs trouvent un écho chez *Riposte laïque*, alors que mon enquête déclare passer au tamis « plusieurs centaines » de commentaires en une heure³⁶². Plus encore, les *nettoyeurs du web* insistent sur la forte fatigue morale qui se développe chez eux, alors qu'ils sont confrontés pendant de longues journées à des contenus difficilement supportables. Ce point peut ici aussi être prolongé, alors que Roger témoigne qu'en tant que modérateur, « [il lit] des trucs qui hérissent les cheveux sur la tête ». La modération représente donc pour les sites et blogs recevant beaucoup de commentaires une tâche importante et lourde, à l'image de ce qu'elle représente pour les entreprises de presse *mainstream*. À quelques exceptions cependant, ce sont les médiactivistes qui réalisent cette mission et sont donc en contact avec les commentaires des internautes. Ce contact permet de mettre en place une valorisation des commentaires et de leurs auteurs, qui brouillent les frontières séparant les médiactivistes de leur public.

³⁶² Que cette estimation soit exagérée ou non, j'estime qu'elle permet de rendre compte du volume de travail déployé par ce dernier, sans doute dans une perspective plus subjective qu'objective.

6.3.2.3.2. *La valorisation des commentaires par les contre-médias*

Chez quelques contre-médias, les commentaires laissés par les internautes font l'objet d'une valorisation. Certains, comme *Boulevard Voltaire*, *Le Média pour Tous* ou *Minurne* adoptent ainsi des modules permettant de filtrer les commentaires et de modifier leur affichage. Les visiteurs peuvent alors les trier dans l'ordre chronologique ou antéchronologique. Certains sites intègrent aussi la possibilité pour les internautes de réagir aux commentaires, en y répondant et en désignant ceux estimés les plus pertinents par l'adoption d'un système de *upvote* similaire à celui adopté par YouTube (pouces vers le haut et le bas). Dans ce cas, des modules sont intégrés, permettant aux internautes d'accéder aux commentaires s'étant attirés « le plus de réactions » (c'est-à-dire le plus de votes positifs) et « le plus de commentaires » (c'est-à-dire le plus de réponses). L'adoption de ces modules traduit l'importance donnée aux espaces de commentaires, comme lieux d'entretien d'un sentiment d'appartenance à un même public. L'exemple de *Fdesouche* est à ce titre parlant. Comme le note Stéphanie Lukasik (2018), le site ne produit pas réellement l'information, mais reprend des articles de la presse *mainstream*, qu'il édite pour n'en garder les points les plus saillants, illustrant les conceptions identitaristes qu'il défend. La plus-value du site repose en premier lieu dans cette revue de presse sélective et éditée, mais aussi dans l'opportunité qu'il donne aux internautes de participer à un espace d'expression relativement libre.

Les dispositifs susmentionnés ne sont pas typiques des contre-médias de réinformation. J'observe cependant une particularité chez quelques-uns des sites du corpus : la porosité qui existe entre les espaces de commentaires et les espaces éditoriaux. Les médiactivistes peuvent en effet estimer que le contenu de certains commentaires, du fait des propos qui y sont tenus, de leur forme ou de leur ton, présentent des qualités. Auquel cas ils peuvent chercher à entrer en contact avec leurs auteurs, afin de leur proposer de contribuer, de manière ponctuelle ou pérenne. Les exemples de *Résistance républicaine* et du *Rouge et le Noir* illustrent cette approche singulière des commentaires. À l'occasion de notre entretien, la fondatrice du premier site mentionne ainsi à plusieurs reprises l'intégration dans la matière éditoriale de commentaires estimés suffisamment intéressants et étayés. Les tâches de modération précédemment évoquées ont pour corolaire l'identification des commentaires porteurs d'informations nouvelles et non traitées par le contre-média.

« C'est-à-dire qu'on a des gens qui n'envoient pas d'articles, mais qui laissent des commentaires intéressants et assez longs. J'ai beau leur dire "envoyez-les pour qu'on voie", je pense qu'ils doivent être timides, ils ont peur d'envoyer. Donc ils nous laissent décider si c'est un commentaire ou un article. Et donc les autres modérateurs ont la possibilité de prendre ces commentaires et de les transformer en articles. En mettant la signature de la personne qui les a laissés » (Entretien avec Christine, 7 décembre 2020).

La navigation sur le site au 1^{er} février 2022 a permis d'observer que les espaces de commentaires proposés par *Résistance républicaine* peuvent effectivement permettre d'engager un dialogue entre les médiactivistes et les internautes. Le billet sur lequel s'est porté mon regard concerne alors en premier lieu la fondatrice du site, puisqu'elle y déclare être malade du Covid depuis quelques jours, et suivre dans ce cadre le « protocole Raoul³⁶³ ». L'espace de commentaires comprend alors plusieurs messages de sympathie et de soutien, dont certains trouvent une réponse de la part de l'auteure. Surtout, je me suis arrêté sur le commentaire d'un internaute qui se présente comme un résident israélien. Ce dernier apporte son soutien à l'auteure et rapporte deux décès qu'il impute au vaccin Pfizer chez des personnes de son entourage (Figure 18). Ce témoignage rencontre une réponse de Christine, qui invite le commentateur à le développer dans un article plus étayé et à le transmettre par courrier électronique aux responsables du contre-média. L'internaute, qui a déjà publié quatre articles sur le site, précise les points qu'il pourrait développer dans un article et interroge la médiactiviste sur son intérêt pour ces sujets (« Le premier point vous intéresse mais nécessite plus d'info donc un peu de temps) le reste vous intéresse-t-il? »). Son message trouvera une réponse positive quelques heures plus tard, l'invitant à développer ses différentes propositions (« Oui Elisheva tout cela m'intéresse, merci »). Cet encouragement n'a cependant pas abouti à la publication d'un billet sur le sujet.

³⁶³ Tassin Christine, « Je sors lentement d'un Covid maous costaud, Véran voulait m'assassiner, Raoult m'a sauvée », *Résistance républicaine*, 1^{er} février 2022. URL : <https://resistancerepublicaine.com/2022/02/01/je-sors-lentement-dun-covid-maous-costaud-veran-voulait-massassiner-raoult-ma-sauvee/>.



Chere Christine, nous vous souhaitons un prompt retablissement.Naguere, la fierte etait consideree comme un Peche.Vous pouvez etre fiere car dans cette situation aussi difficile qu'aberrante(adieu l'art de la medecine et la mission du medecin), vous n'avez pas demerite. Hagdik semble donner un judicieux conseil..
Merci pour votre sainte colere!

Blachier dit que le vaccin ne tue pas: Jeudi, une dame,la soixantaine, morte subitement: ARRET CARDIAQUE,aucun probleme auparavant, 3 doses de Pfizer. Dimanche,un homme, la soixantaine: idem, 4ieme dose de Pfizer, 13 jours auparavant.Je Les connaissais:ils habitaient a Maalot/ Kfar Vradim,en Galilee, Israel ou j'habite.

➔ RÉPONDRE



Christine Tasin ☆ dit :

1 FÉVRIER 2022 À 11H47

Merci Elisheva pour ce témoignage, voulez-vous nous faire un article pour développer votre dernier paragraphe ? contact@resistancepublicaine.com

➔ RÉPONDRE



1 FÉVRIER 2022 À 12H58

Chere Christine,

1 En contactant quelques personnes,je pourrais,heles,avec plus de precision,allonger la liste des morts et des effets secondaires graves dans un perimetre restreint.Il me faut un peu de temps.

2 Je peux temoigner de la Zizanie et de la destruction des rapports familiaux et amicaux au sein meme de familles tres traditionelles et tres unies (chantage a la vaccination, exclusion, ressentiment..)

3 Je peux rapporter la colere et la deception des Juifs religieux , sionistes et Haredim contre leurs rabbins et elites.

4 Je peux rapporter des extraits de la colere de Israeliens laiques de gauche qui ont tout fait pour se debarrasser de Netanyahu et qui constatent la trahison des clerics.Manifestations chaque samedi soir contre le passe sanitaire avec injectes et non-injectes.

5 Je peux rapporter la souffrance des parents qui essaient de proteger leurs enfants a l'ecole: un enfer!

6 Je peux rapporter Les propos du fameux Professeur Cyrille Cohen si souvent invite sur Cnews et ailleurs concernant sa jalousie envers Les pays qui n'ont pas ferme l'ecole comme en Israel

7 L' impact tres positif de Re-information de Bon Sens Org, France-Soir, des professeurs, docteurs Francais que nous admirons: traduction du temoignage du Professeur Perronne Dan's le journal en ligne covidiste Arutz 7!

Le premier point vous interesse mais necessite plus d'info donc un peu de temps) le reste vous interesse-t-il?

Prenez bien soin de vous,Christine!

➔ RÉPONDRE

Figure 18 : Sur Résistance républicaine, certains des commentaires peuvent être appelés à être développés dans des articles

Dans le cas du *Rouge et le Noir*, le recrutement par le biais des commentaires, sur le site et les RSN, a pris le pas sur le recrutement par les réseaux amicaux à compter de 2013. Cette année correspond en effet à des besoins importants en termes de ressources humaines, alors que le site produit énormément de billets dans le cadre de la couverture de la Manif pour Tous. Ainsi, sur les années 2013-2014, le nombre de médiactivistes impliqués régulièrement auprès du site est estimé à 100, quand il est d'une dizaine au moment de l'entretien en 2020. Comme mon enquêté le met en

avant, le passage par les espaces de commentaires permet d'identifier les internautes disposant des qualités rédactionnelles recherchées par les médiactivistes. Contrairement au cas de *Résistance républicaine* précédemment mentionné, le passage du statut de commentateur à celui de « membre de l'équipe » comporte plusieurs étapes.

« Donc en 2013, notre recrutement était principalement sur les réseaux sociaux : on repère des gens par la qualité de leur prose sur Twitter, sur Facebook, dans les commentaires, voilà. On les contacte, on les rencontre... Et comment on les rencontre ? L'intégration se passe très simplement : on prend un verre. Si les profils nous plaisent, si on se rend compte que ça correspond bien à nos idées et à notre façon de faire, on les met un peu à l'essai, on leur commande un article. Ensuite, si on voit qu'ils sont motivés, on les intègre à des réunions, et peu à peu, ils deviennent des habitués, et ils deviennent membres de l'équipe » (Entretien avec Romain, 27 avril 2021).

Au moment de l'entretien, mon enquête estime que 80% des membres de l'équipe de médiactiviste ont été recrutés par le biais des commentaires, et ce notamment sur les RSN. Les internautes souhaitant intégrer l'équipe rédactionnelle du contre-média n'hésitent apparemment pas à interagir en ligne avec les médiactivistes, sur le site et sur les RSN. Les médiactivistes peuvent alors donner suite à ces tentatives et inviter les internautes à une rencontre, pouvant donner lieu à une collaboration. L'exemple de son rédacteur en chef, recruté par le biais de Facebook est à cet égard parlant.

*« L'autre versant, le recrutement, comment ça se passe ? Vous faites de la veille pour repérer des plumes en ligne ?
Oui. Souvent ils se débrouillent pour se signaler en fait : ils font les malins, ils répondent à tous nos tweets pendant une semaine, ils font des commentaires... jusqu'à ce qu'on les contacte par message privé. C'est le cas du rédacteur en chef actuel, par exemple. Je l'ai recruté en 2013, parce qu'il avait écrit 8 pages de commentaires Facebook sous un article sur Rimbaud, pour montrer à quel point il avait de la culture. Et c'est ce que j'ai vu, je me suis dit "il a l'air brillant ce gars". Voilà, c'était le khâgneux typique, et donc je l'ai contacté en MP [message privé], et on s'est rencontré et voilà. Et en fait, c'est trois mois plus tard qu'il m'a dit qu'il avait fait exprès d'écrire tout un tas de commentaires, pour être repéré » (Entretien avec Romain, 27 avril 2021).*

Les entretiens permettent donc ici d'insister sur un point pouvant échapper à l'internaute ordinaire naviguant sur ce territoire médiactiviste singulier : la porosité des frontières séparant l'espace des commentaires de l'espace éditorial chez certains des contre-médias. Si ce constat ne peut pas être appliqué à tous les sites et blogs du

corpus, il reste intéressant d'observer que certains des commentateurs peuvent être appelés produire des articles et billets pour les contre-médias – sur une base plus ou moins pérenne.

Si tous les contre-médias ne permettent pas aux internautes de participer avec la même intensité, l'observation globale des dispositifs participatifs montre qu'ils peuvent intervenir auprès des initiatives médiactivistes en assumant trois fonctions. La fonction d'informateur correspond à l'envoi d'informations brutes appelées à éveiller l'intérêt des médiactivistes et à pouvoir fournir la matière à un article ou une vidéo. Comme je l'ai montré, les suggestions de ce type doivent respecter deux exigences en vue de donner lieu à des productions éditoriales : l'*exhaustivité* et la *normalité*. La seconde fonction est celle de contributeur. Certains sites encouragent en effet les internautes à produire leurs propres analyses, avec pour optique que celles-ci soient publiées *in extenso* par les contre-médias. J'ai cependant souligné le fait que les logiques de soumission sont privilégiées au principe d'une publication directe et désintermédiée. Le site *Agoravox* – pionnier parmi les médias participatifs et aujourd'hui espace privilégié de la parole réactionnaire en ligne – nécessite ainsi l'inscription des internautes souhaitant contribuer, et intègre un processus de validation des articles par les rédacteurs. Les entretiens avec les médiactivistes de *l'Étudiant libre* et *Résistance républicaine* illustrent aussi le fait que la réception des contributions engage en réalité plusieurs étapes précédant leur publication : une première lecture visant à valider le principe de l'article, ou au contraire à l'écarter ; des relectures par des acteurs pouvant apporter des corrections et l'édition. Ceux des contre-médias de réinformation qui en appellent à une participation de leur public tendent ainsi à garder la main sur le contenu qu'ils publient et exercent donc une forme *gatekeeping* (Shoemaker *et al.*, 2008), dont les principes sont éloignés des idéaux participatifs qui guident les médias alternatifs progressistes – qui se matérialisaient notamment par l'adoption de dispositifs d'*open publishing* par *Indymedia* (Estienne, 2009). La troisième fonction ouverte aux internautes est celle de commentateurs, leur permettant d'interpréter et de débattre des informations présentées par les contre-médias. Ce rôle d'interprète est le plus commun parmi les médias du corpus, de la même manière qu'il est plus commun parmi les médias

mainstream (Domingo *et al.*, 2008). Ici aussi cependant, les médiactivistes exercent un pouvoir de contrôle et de sélection, à travers la modération. Encore une fois, l'expression des internautes est donc contrôlée et encadrée.

Les médiactivistes exercent donc un rôle de *gatekeepers*, qui les éloigne des pratiques des médias communautaires – traditionnels et en ligne – qui visent à instaurer des formes d'organisation horizontales, encourageant la participation de toutes et tous. Certains des contre-médias encouragent cependant la participation des internautes et ont des pratiques qui rendent poreuses les frontières délimitant espaces éditoriaux et espaces participatifs. Cette observation se fait à deux niveaux. Dans un premier temps, j'ai observé que certains contre-médias encouragent les internautes à contribuer à leur production éditoriale. À l'exception du *Média pour Tous*, aucun des sites et blogs du corpus ne comprend un espace dédié aux participations externes. Les contre-médias tendent au contraire à publier sur un même espace les productions des médiactivistes et les contributions des internautes. Auquel cas les médiactivistes reconnaissent aux contributeurs une capacité de collecte et d'analyse de l'information d'actualité équivalente à la leur. Dans un second temps, les entretiens ont permis de révéler un élément qui serait sinon resté dans l'ombre : les commentaires donnent lieu à des interactions entre médiactivistes et internautes, pouvant aboutir à un enrichissement de l'offre éditoriale. Les exemples mobilisés attestent en effet d'une porosité des frontières distinguant les interprétations des internautes des contributions sous forme d'articles, ce qui semble constituer une originalité. Chez *Résistance républicaine*, la modération des commentaires est ainsi le moyen d'identifier les plus pertinents, ceci pour potentiellement les intégrer à la production éditoriale. Auquel cas le commentateur pourra voir publié un article à son nom et rejoindre la liste des très nombreux rédacteurs du site. Le cas de *Le Rouge et le Noir* montre que les commentaires peuvent être valorisés d'une seconde manière. Les commentateurs réguliers et pertinents sont identifiés par les responsables du site, qui vont pouvoir les contacter et leur proposer d'intégrer l'équipe de médiactivistes animant le contre-média.

Le monde de la réinformation, observé à travers les dispositifs participatifs qui y sont mis en place, apparaît donc comme très hétérogène. Certains des contre-médias limitent les possibilités de participer (*TV Libertés*, *Polémia*, *etc.*), quand d'autres incitent au contraire les internautes à contribuer, et valorisent leur participation

(notamment *Riposte laïque* et *Résistance républicaine*). Par-delà ce constat, j'ai précédemment observé que plusieurs études soulignent que seule une minorité d'internautes participent activement en ligne (Rebillard, 2007b), et que celle-ci est généralement socialement déterminée. Si la présente analyse ne développe pas ce point particulier, et ne permet pas de dégager les propriétés sociales qui caractérisent les internautes-informateurs, les internautes-contributeurs et les internautes-commentateurs, il serait extrêmement intéressant de voir ce point développé dans le futur.

Conclure ces deux chapitres invite à souligner une nouvelle fois l'hétérogénéité qui caractérise le monde de la réinformation. D'un point de vue économique, certains contre-médias sont caractérisés par une fragilité prononcée, quand existe dans le même temps un segment plus intensif en ressources humaines et matérielles, offrant des perspectives de professionnalisation aux médiactivistes. Comme je l'observe dans le chapitre suivant (Chapitre 7), ceci n'est pas sans conséquence sur les carrières au sein du monde de la réinformation. Les contre-médias s'appuient de plus sur différentes sources de financement. Deux points doivent être soulignés à cet égard. Le premier est l'important recours aux dons. Ceux-ci constituent une source structurelle de financement pour une partie des acteurs de ce monde. Ils sont en outre encouragés par leur défiscalisation partielle. Le second concerne la fixation des prix pour une partie des revenus éditoriaux et commerciaux des contre-médias : leur caractère fluctuant a pour objet de traduire financièrement le soutien moral apporté par le public. L'hétérogénéité concerne aussi le niveau de participation accordé aux internautes. J'ai observé que certains des contre-médias, tels que *Polémia* ou *TV Libertés*, limitent les opportunités de participation. D'autres, au contraire, encouragent et valorisent la participation. Les développements consacrés à *Résistance républicaine* sont exemplaires de ces logiques.

La démarche adoptée à l'occasion de ces deux chapitres est inspirée des travaux d'Howard Becker (Becker, 1983, 2010) relatifs aux productions artistiques. L'enjeu était pour moi d'adopter une démarche descriptive permettant de cerner la variété des participants au monde de la réinformation. Ceci pour offrir une réponse aux questions qui sont au cœur des travaux du sociologue : qui fait quoi ? Et comment ces acteurs travaillent-ils ensemble ? Les développements ont permis de souligner l'importance du travail technique pris en charge par le personnel de renfort, que l'on considère la gestion et la maintenance des sites, la correction des contributions, le travail de *community management*, etc. Ils ont aussi été l'occasion d'observer la manière dont les internautes contribuent au monde de la réinformation, en participant à la production de contre-discours sur l'actualité et au financement des contre-médias. En d'autres termes, il s'est agi pour moi de jeter la lumière sur l'ensemble des acteurs qui restent dans l'ombre des médiactivistes, ceux qui « collaborent [mais] ne signent [ni] ne publient » (Charron, Damian-Gaillard *et al.*, 2014, p. 7) en reconnaissant leur importance dans la production de contre-

discours. L'ambition qui préside à la rédaction des deux chapitres est donc la suivante : insister sur la dimension collaborative qui est au cœur de la production des contre-discours. Ceci apparaît d'autant plus important que, comme l'écrit Howard Becker, « l'œuvre porte toujours des traces de cette coopération » (2010, p. 27). L'accent ici mis sur les conditions sociales de production des contre-discours de réinformation se révèle d'autant plus important qu'il constitue un prélude nécessaire à leur analyse (Chapitre 8).

Les résultats apportés ici restent éminemment dépendants des conditions de déroulement de l'enquête et des limites qui lui sont inhérentes. L'absence d'entretien avec des acteurs relevant du personnel de renfort, conséquence d'un refus des médiactivistes de me mettre en contact avec ces derniers, constitue à cet égard un écueil. Un travail sur ces populations singulières permettrait de mieux éclairer les conventions qui régissent la production de contre-discours et d'observer la manière dont celles-ci sont négociées.

Partie 3. Le monde de la réinformation au microscope

Les parties précédentes ont été l'occasion de porter un regard macrosociologique, puis mésosociologique, sur le monde de la réinformation. La première est en effet revenue sur les relations qu'entretiennent les contre-médias de réinformation et les médias *mainstream*. La deuxième a eu pour objet d'observer la manière dont s'organise l'aire d'activité de production et de diffusion de contre-discours sur l'actualité. Je suis dans cette dernière partie les conseils de Kristoffer Holt (2019), et apporte une perspective microsociologique sur ce phénomène social. Cette volonté se traduit par l'emploi – évidemment métaphorique – d'un microscope (Sawicki, 2000) dont la lentille est braquée sur les médiactivistes et les contre-discours qu'ils produisent.

Le premier chapitre a ainsi pour objet de développer une perspective jusqu'ici non évoquée dans ce travail, ou seulement marginalement (Chapitre 1) : qui sont les acteurs qui produisent les contre-discours ? Afin d'investiguer cette dimension, je mobilise une notion issue de la sociologie interactionniste, celle de « carrière ». À la croisée de la sociologie des professions et des travaux sur l'engagement militant, la notion de « carrière médiactiviste » permet de répondre aux questions suivantes : comment s'engage-t-on auprès des contre-médias de réinformation ? Et quels sont les facteurs qui contribuent à maintenir l'engagement ?

Le second chapitre se concentre sur les contre-discours eux-mêmes. La démarche adoptée s'inspire alors notamment des travaux de Jean-Pierre Esquenazi (2014) qui invite à prendre compte des contraintes qui pèsent sur les productions médiatiques pour mieux les étudier. Les développements se concentrent sur une émission singulière : le Journal de *TV Libertés*. La perspective monographique a pour vertu de permettre le développement de différentes thématiques. Ici, ce sont les contre-discours consacrés à la crise du Covid, à la filiation et la bioéthique, ainsi qu'aux mobilisations d'extrême droite qui font l'objet de l'analyse.

CHAPITRE 7. LES CARRIERES MEDIACTIVISTES

Par quel cheminement des individus s'engagent-ils auprès de contre-médias de réinformation ? Pour répondre à cette interrogation, je propose dans ce chapitre d'adopter un « instrument d'objectivation interactionniste » (Darmon, 2008) : l'analyse des carrières. La notion de carrière s'est imposée dans la sociologie interactionniste à compter des travaux d'Everett Hughes³⁶⁴ sur les professions. Le sociologue a fait le choix d'employer cette expression dans l'étude d'individus occupant des positions modestes et peu valorisées, jusque-là ignorées des recherches en sciences sociales (Bastin, 2016a ; Dubar, Tripier *et al.*, 2015). Les sociologues se concentraient en effet jusque-là sur les activités auxquelles était attaché un certain prestige, telles que la médecine ou les professions libérales. L'acceptation de la notion retenue par Everett Hughes invitait le regard sociologique à se détourner des objets qu'il contemplait donc habituellement. Il s'agissait en outre de ne pas s'arrêter aux positions occupées par les individus pour prêter une attention particulière aux processus sociaux dans lesquels ils sont engagés. Cette préoccupation va alors de pair avec un souci apporté aussi bien aux positions objectives occupées par les individus qu'aux sens subjectifs qu'ils leur attribuent. Ce qu'Erving Goffman synthétise dans ces termes :

*« D'un côté [le concept de carrière] s'applique à des significations intimes, que chacun entretient précieusement et secrètement, image de soi et sentiment de sa propre identité ; de l'autre, il se réfère à la situation officielle de l'individu, à ses relations de droit, à son genre de vie et entre ainsi dans le cadre des relations sociales »
(Goffman, 1968, p. 179)*

Les disciples d'Everett Hughes se sont eux-mêmes emparés de la notion, et s'en sont servis pour étudier des objets bien éloignés de la sociologie professionnelle, attestant tout à la fois de sa plasticité et de son intérêt : les « carrières déviantes » des fumeurs de marijuana (Becker, 1985) ou encore les « carrières morales du malade mental » (Goffman, 1968). À chaque fois, il s'agit dans les études qui font emploi de la notion de revenir sur la « succession d'actions, réactives, défensives, tactiques,

³⁶⁴ Contemporain d'Herbert Blumer et élève de Robert Park, le sociologue s'est opposé aux approches fonctionnalistes des professions en défendant plutôt une approche consistant à observer les tâches concrètes et les rôles pris en charge par chacun. Il a notamment travaillé sur les professions médicales avec Howard Becker, Blanche Geer et Anselm Strauss.

anticipatrices, *etc.* [qu'un acteur] a choisies *en son nom personnel* pour gérer ses rapports avec le pouvoir contraignant d'un appareil qui lui a imposé anonymement la *gradation prédéterminée* des sanctions ou des récompenses correspondant à ses réponses (ou à ses abstentions) choisies » (Passeron, 1990, p. 20). En cela, la notion se distingue de celle de « trajectoire » employée dans la sociologie bourdieusienne, qui répond aux logiques d'actualisation de l'habitus dans les champs dans lesquels sont insérés les agents sociaux. Quand les analyses en termes de trajectoire ont pour premier objet de déterminer les raisons qui conduisent un individu à occuper une position donnée, celles employant la notion de carrière cherchent à mettre en lumière le chemin par lequel il est arrivé à cette position. Dès lors, la question centrale n'est pas alors « pourquoi ? », en cherchant à isoler des déterminants sociaux et économiques pesant sur les destinées individuelles. Il s'agit plutôt de demander « comment ? » (Becker, 2002) et de retracer les différentes étapes parcourues par les acteurs, en interrogeant la manière dont ils les ont vécues et appréhendées.

Je privilégie donc ici une approche en termes de carrières, en notant bien que les analyses mettant l'accent sur les propriétés sociales des individus présentent elles-mêmes un très grand intérêt dans l'étude du médiactivisme (Ferron, 2016). La prosopographie conduite par Ysé Vauchez dans son mémoire (2018) présente à cet égard de précieux enseignements : les médiactivistes de réinformation sont en premier lieu des hommes caractérisés par leur importante dotation en capitaux culturels. La décision de traiter de l'engagement médiactiviste par le prisme des carrières appelle à la construction d'un cadre prenant tout à la fois compte des travaux adossés à la notion de carrière et consacrés aux journalistes et à l'engagement militant. Avant de développer l'analyse des carrières de mes enquêtés, il apparaît donc nécessaire de revenir sur cette littérature, à même d'éclairer le présent travail.

7.1. Les carrières médiactivistes, un objet à la rencontre de la sociologie du journalisme et de la sociologie du militantisme

7.1.1. Les carrières dans les mondes de l'information

Employée dans la sociologie interactionniste des professions, la notion de carrière est évidemment reprise par une partie des chercheurs consacrant leurs travaux au journalisme et aux mondes de l'information. Face à un important nombre d'individus en exercice (34.571 personnes ont obtenu la carte de presse en 2019, et ce chiffre ne comprend pas l'ensemble des personnes pratiquant le journalisme), deux approches méthodologiques permettent d'appréhender les carrières des journalistes. D'un côté, les approches statistiques et morphologiques cherchent à proposer une analyse diachronique des parcours professionnels des journalistes, le recours aux statistiques descriptives visant à observer les grandes tendances qui touchent le groupe. À cette fin, différents matériaux compilant des données secondaires sont employés, depuis les dossiers déposés auprès de la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP), jusqu'aux profils LinkedIn déclarant des activités présentes ou passées dans le journalisme (Bastin, 2015). Ces méthodes permettent à chaque fois de traiter des volumes importants de données, mais elles ne présentent pas moins certaines limites. En premier lieu, et cela se révèle central eu égard à l'ambition de croiser éléments objectifs et perspectives subjectives dans la sociologie interactionniste, ce type d'enquête renonce à collecter les « significations intimes » (Goffman, 1968) attachées à chaque étape parcourue par les acteurs. Ces méthodes consistent alors essentiellement à *mettre en ordre* la succession des positions objectives occupées par chacun. De plus, chaque type de données présente des biais inhérents à la nature des documents exploités, qui ont pour objet de valoriser leur rédacteur : potentielles sous-déclarations des activités connexes au journalisme dans les curriculum vitae adressés à la CCIJP, renseignements valorisants de certaines étapes du parcours professionnel sur LinkedIn (ex. présenter un stage comme un CDD). De l'autre, les méthodes qualitatives, s'appuyant sur des entretiens approfondis, permettent de mieux renseigner les « carrières subjectives ». Elles éclairent en effet les conditions de recrutement des journalistes, la manière dont ils

appréhendent leur activité professionnelle, ainsi que les motivations qui conduisent à leur sortie, le cas échéant. L'emploi de méthodes qualitatives nécessite cependant d'interroger les éventuels biais représentés par les conditions de recrutement des enquêtés, en nombre réduit.

Dans leur étude conduite au début des années 2000, Denis Ruellan et Dominique Marchetti (2001) soulignaient que la profession de journaliste est moins ouverte qu'elle a pu l'être précédemment. Les procédures de recrutement sont ainsi de plus en plus structurées et sélectives. Le tri des *curriculum vitae* permet de singulariser les aspirants-journalistes en fonction de leur formation, alors que le passage par les écoles de journalisme s'impose progressivement comme une exigence pour les nouveaux entrants, et que leur prestige ouvre à des débouchés plus ou moins larges (Bouron, 2015b ; Chupin, 2019). De nombreux médias mettent aussi en place des processus visant à étudier les portfolios des candidats, permettant de s'assurer de l'adéquation de leurs compétences avec les attentes du poste vacant. À ces égards, l'accès à la profession semble donc plus conditionnel qu'il n'a pu l'être par le passé. Dans le même temps, les deux auteurs notent que le capital social (le « réseau », le « carnet d'adresses³⁶⁵ ») continue à occuper une place prévalente dans le recrutement. Cette étude insiste de plus sur l'existence de « sas » à l'entrée dans la profession. Les stages et le statut de pigiste tendent en effet à s'imposer comme des étapes normales dans le parcours du nouvel entrant. Soit autant d'étapes attestant « de la plus grande difficulté à accéder à une activité stable et principale dans le journalisme » (Devillard, 2002, p. 25). Ce constat a été prolongé dans une étude portant sur les journalistes francophones belges : l'accès aux contrats à durée indéterminée est rare chez les jeunes entrants, les premières années dans la profession correspondant en premier lieu en la multiplication de contrats atypiques. Comme l'écrit son auteur, il « existe manifestement des situations statutaires durablement incertaines avec de faibles perspectives de stabilisation à court et moyen terme » (Standaert, 2016, p. 61).

Les travaux de Gilles Bastin permettent d'identifier les différentes tendances qui touchent la profession. Il insiste ainsi sur le fait que les parcours professionnels

³⁶⁵ L'emploi de l'expression chez Dominique Marchetti et Denis Ruellan (2001) renvoie en premier lieu aux contacts facilitant l'entrée dans le journalisme. Il est donc distinct de celui proposé par Rémy Rieffel, qui désigne lui les contacts tissés par les journalistes dans différents mondes sociaux, et pouvant être mobilisés au cours de la rédaction d'un article (Rieffel, 1983 ; Jouët et Rieffel, 2015).

individuels tendent à se distinguer des trajectoires organisationnelles : au statut de pigiste est associée une fragilité économique qui pousse les acteurs à multiplier les collaborations et à travailler avec différents médias. L'étude des carrières des journalistes – en particulier à leurs débuts, moment marqué par une forte précarité – doit en conséquence prendre compte de leur multipositionnalité. Employant une méthodologie originale reposant sur la compilation et l'analyse de profils LinkedIn, il corrobore le constat d'un abandon croissant de la profession, renforcé par les phénomènes de contraction du marché de l'emploi porté par des chercheurs de l'Institut Français de Presse (Devillard *et al.*, 2001 ; Leteinturier, 2016). Comme il l'écrit, « la probabilité de connaître une interruption d'activité pour les journalistes est par exemple passée de 9% pour ceux qui ont commencé leur activité dans les années 1980-84 à 19% pour ceux qui l'ont commencée entre 2000 et 2004 » (Bastin, 2016b, p. 19).

Les études morphologiques apportent donc toutes un même constat : les journalistes tendent à quitter la profession pour se diriger vers d'autres secteurs d'activité. Les enquêtes qualitatives menées sur le sujet ont pu éclairer les logiques qui conduisent à cette dynamique de sortie (Charon et Pigeolat, 2021 ; Devillard et Le Saulnier, 2020). La pratique du journalisme est associée chez certains à une forte désillusion. Cette dernière va aussi bien être liée à la précarité qui caractérise la profession (Neveu, 2019) qu'aux conditions matérielles liées à son exercice (la prédominance du journalisme de *desk*, notamment). C'est donc la volonté de se soustraire à ces difficultés statutaires et économiques qui incite une partie des journalistes à quitter la profession. Auquel cas ils vont notamment se diriger vers des activités pour lesquelles leurs compétences rédactionnelles et relationnelles sont valorisées, au premier rang desquelles les métiers de la communication.

7.1.2. Les « carrières militantes », une notion issue de la science politique française

L'étude du militantisme au prisme des carrières est une spécificité française, initiée au sein du Cevipof, notamment par Olivier Fillieule, avec pour volonté d'appréhender le militantisme comme une « activité sociale individuelle et dynamique » (Fillieule, 2001, p. 200). L'ambition est alors de se doter d'un outil

méthodologique permettant de restituer les différentes phases d'engagement dans la vie des enquêtés, en prêtant une attention particulière au sens que ces derniers donnent à chaque étape. L'analyse diachronique permet de restituer les principales séquences du parcours d'engagement des individus (Agrikoliansky, 2017). Il s'agit évidemment de comprendre la manière dont ils entrent en militantisme, en exposant les différents éléments de la socialisation prépolitique, depuis le cadre familial jusqu'à la socialisation secondaire. Par-delà cette dimension, l'analyse en termes de carrières permet aussi de rendre compte de l'intensification de l'engagement, ou au contraire de sa dilution à travers le temps, en mettant en lumière le « travail de l'institution pour produire de l'engagement » (Fillieule, cité par Agrikoliansky, 2017, p. 176). Dans ce cadre, les rétributions du militantisme (Gaxie, 1977, 2005) nécessitent d'être intégrées à l'analyse, de même qu'il convient d'étudier les effets de moyen et long terme de l'engagement sur les trajectoires de vie des individus (Fillieule, 2009). Finalement, cette approche intègre les éventuelles sorties du militantisme. Ainsi synthétisée,

« [l]a notion de carrière vise en premier lieu à inscrire la compréhension du militantisme dans le cadre d'une analyse séquentielle de l'engagement. Appréhender des carrières implique ainsi de restituer l'enchaînement temporel de différentes séquences de l'engagement et les logiques processuelles par lesquelles il se réalise et s'articule aux trajectoires biographiques » (Agrikoliansky, 2017, p. 179)

De multiples travaux se sont inspirés de cette importation du concept interactionniste : à l'image de ceux réalisés sur les militants de la Ligue des Droits de l'Homme (Agrikoliansky, 2001), de Droit au logement (Pechu, 2001), de l'association altermondialiste Attac (Cruzet, 2004) ou encore des organisations de jeunesse du Parti socialiste et de l'Union pour un mouvement populaire (Bargel, 2014). De la même manière, ce cadre théorique est mobilisé dans l'étude des militantismes d'extrême droite, et en premier lieu celui auprès du Front national. Dans son travail sur de jeunes militants du Front national, Magali Boumaza (2002) dégage des générations marquées par des socialisations politiques différentes. Elle insiste dans le même temps sur la manière dont ces jeunes se voient façonnés par l'organisation, à travers les formations qu'elle dispense. Valérie Lafont (2001), dans un article consacré aux modèles d'engagement des jeunes auprès du même parti, dégage de ses entretiens biographiques trois carrières-types. La continuité caractérise les individus dont la socialisation familiale a été marquée par un

positionnement clair à l'extrême droite. Les expériences vécues par la suite renforcent alors ce positionnement idéologique et politique, aboutissant à un engagement matérialisé par la carte frontiste. La rupture concerne, elle, les jeunes ayant connu des socialisations familiales « à gauche ». Ce sont alors les événements de vie rencontrés par les jeunes, ainsi que la façon dont ils ont été vécus, qui expliquent le passage à l'extrême droite. La troisième carrière-type correspond aux logiques de politisation : les individus ont grandi dans des milieux non politisés. Ce sont alors différents éléments de la socialisation secondaire, et notamment des rencontres, qui motivent l'entrée au Front national. La rupture et la politisation illustrent d'ailleurs parfaitement l'intérêt représenté par la notion de carrière : elle rend en effet intelligible des engagements qui resteraient sinon mystérieux au vu de la socialisation primaire des individus. Elles invitent par ailleurs à souligner l'importance du contexte, changeant dans le temps, ainsi que des rencontres dans les engagements et leur maintien.

La grille dégagée par Valérie Lafont est reprise par Marion Jacquet-Vaillant (2021) dans sa thèse consacrée au mouvement identitaire. Elle note ainsi la pertinence de l'approche des carrières militantes à l'extrême droite en termes de continuité, de rupture et de politisation. Par ailleurs, elle isole trois modalités de contact avec le mouvement identitaire : l'évidence (les individus, de par leur socialisation, sont familiers avec l'organisation et ses idées), la recherche (les individus procèdent à une *étude de marché* visant à cerner quel type d'organisation militante est la mieux adaptée à leurs aspirations) et la surprise (l'individu, peu politisé, rencontre l'organisation à travers une de ses campagnes de communication). L'auteure observe cependant que l'entrée dans le militantisme identitaire ne dépend pas uniquement de ces trois modalités. De fait, l'organisation met en place un processus de sélection des aspirants militants, permettant au mouvement de se présenter comme une « aristocratie militante ». L'entrée dans le mouvement ne consiste pas alors uniquement dans le simple fait d'adhérer et de « prendre sa carte », elle est processuelle, construite en plusieurs étapes et organisée autour de plusieurs rites collectifs (Bouron, 2014 ; Jacquet-Vaillant, 2021). Le maintien au sein du mouvement doit être appréhendé à l'aune des coûts de différentes natures induits par ce militantisme, ainsi que des rétributions qui y sont associées, parmi lesquelles le sentiment de travailler à la défense de ses idéaux, l'appartenance à un groupe cohésif

et l'accès à des responsabilités. La sortie du mouvement est, chez les enquêtés de Marion Jacquet-Vaillant, associée à deux principales dynamiques. La première concerne le cycle de vie des militants : la naissance d'un enfant va ainsi souvent conduire à un retrait à l'égard de l'organisation. Dans le même temps, la politiste souligne que la parentalité est appréhendée par ses enquêtés comme une forme nouvelle de militance et non une rupture avec les sphères identitaires. Des gestes ordinaires se voient investis d'une nouvelle signification, hautement politique, impliquant des acteurs extérieurs à l'univers identitaire.

« Ainsi, pour eux, le militantisme ne s'arrête pas, il change et évolue. Il n'y a pas d'abandon du groupe – on y reste quoi qu'il arrive – mais une évolution des rapports au groupe. Il n'y a pas de renoncement aux idées, puisqu'on les met en œuvre concrètement par d'autres moyens. En cela, les militants limitent en quelque sorte le « coût » de la sortie, en y instillant une forme de continuité. Cela mène parfois à des affirmations étranges, par exemple quand élever des enfants devient un geste « identitaire ». Des événements banals de la vie quotidienne, réalisés par des gens qui ne sont pas « identitaires » deviennent ainsi politiques³⁶⁶ » (Jacquet-Vaillant, 2021, p. 502-503).

La seconde dynamique de sortie du mouvement est le passage vers le Front national, les militants convertissant alors leurs capitaux militants accumulés auprès des Identitaires au sein de l'organisation partisane. Plusieurs facteurs encouragent cette transition : une dotation conséquente en capitaux militants et culturels, la disponibilité à la transition, et la respectabilité du militant, cruciale à l'heure où le parti d'extrême droite cherche à se « dédramatiser » (Dézé, 2015).

L'approche des carrières médiactivistes que je propose ici croise ces différents apports. La préoccupation portée à la socialisation politique des individus ou aux rétributions du médiactivisme s'inscrit dans la lignée des travaux traitant de l'engagement, en science politique et en sociologie. Dans le même temps, les apports relatifs à la sociologie des journalistes permettent d'éclairer certaines des dynamiques à l'œuvre sur ce territoire singulier : l'acquisition de compétences spécifiques, l'importance du capital social dans l'entrée dans le monde de la réinformation, ou encore la multipositionnalité des acteurs. Sociologie de l'engagement et sociologie du journalisme offrent en outre des clés d'interprétation

³⁶⁶ Un des enquêtés de Marion Jacquet-Vaillant lui a ainsi déclaré qu'elle était *une des leur* du seul fait de son statut de mère de famille : « Bah oui, avoir des enfants et les élever, c'est identitaire ça. Tu vois finalement t'es pas si loin de nous ! » (Jacquet-Vaillant, 2021, p. 503).

pour les dynamiques de sortie, ce que j'illustrerai dans le dernier point consacré aux logiques du désengagement.

Les développements suivants s'appuient, sauf mention contraire, sur les données recueillies auprès de mes enquêtés au moment des entretiens. Les exemples ont été sélectionnés en ce qu'ils apparaissent tout à la fois clairs et significatifs.

7.2. Un monde ouvert ?

La lecture de l'ouvrage de Dominique Marchetti et Denis Ruellan (2001) précédemment mentionné invite à étudier le degré d'ouverture du monde de la réinformation. En d'autres termes, les processus de recrutement au sein de ce monde sont-ils rigides et stricts, ne permettant que l'entrée de profils identifiés ? Ou sont-ils suffisamment souples pour permettre l'intégration de différents types de profil ? Les entretiens révèlent que ce monde social est relativement ouvert. La possession d'un diplôme de journalisme n'apparaît pas être un prérequis nécessaire à l'accès aux contre-médias. De fait, un seul de mes enquêtés est diplômé d'une formation en journalisme³⁶⁷. Plus largement, si la grande majorité de mes enquêtés a suivi ou suit des cursus dans l'enseignement supérieur, deux d'entre eux ne sont pas titulaires du baccalauréat. Un autre est titulaire d'un seul baccalauréat scientifique, le temps passé à l'université, en mathématiques et en histoire, n'ayant pas abouti à l'obtention d'un diplôme. Le niveau de formation ne semble donc pas conditionner l'entrée dans ce monde social singulier.

Pour autant, l'entrée semble être facilitée par plusieurs facteurs. Le premier est une socialisation à *droite*. Ce postulat invite à considérer tout à la fois la socialisation primaire de mes enquêtés, la famille jouant le rôle d'un « creuset politique » (Muxel 2001), ainsi que l'ensemble des cadres de socialisation rencontrés au cours de leur vie, parmi lesquelles les organisations militantes (Bargel, 2009). J'observe à cet égard une fracture générationnelle parmi mes enquêtés. Les plus âgés sont plus souvent passés par des structures partisans de droite et d'extrême droite, quand les plus jeunes entrent directement en médiactivisme. Les exemples d'Alain et d'Hermione permettent d'illustrer ces deux carrières-types caractérisées par des

³⁶⁷ Florent a en effet validé un master 2 spécialisé à l'Institut des Hautes Études en Communication Sociale de Bruxelles (voir plus bas).

dynamiques de continuité. Dans le même temps, la socialisation politique de certains de mes enquêtés s'est faite à gauche de l'échiquier politique. Je reviens à ce titre sur la carrière de Pierre, qui est exemplaire des logiques dans lesquelles la préoccupation pour la question de l'Islam amène au développement de liens avec l'extrême droite, entraînant une rupture avec les milieux réputés « de gauche ». Le deuxième facteur facilitant l'entrée dans le monde de la réinformation relève du capital social des individus. Les parcours de mes enquêtés montrent en effet que les entrées en médiactivisme résultent souvent de conseils et de propositions issus de relations proches : cercle amical, famille, *etc.* Il importe en conséquence d'insister sur la place qu'occupe l'économie des échanges affectifs dans le recrutement des médiactivistes. J'insiste finalement sur la manière dont les contre-médias exercent une influence sur les carrières médiactivistes. Espaces permettant l'émergence de contre-discours sur l'actualité, ils sont aussi des espaces de formation, à travers lesquels les médiactivistes acquièrent des compétences spécifiques.

7.2.1. Socialisation politique et cristallisation de l'engagement

7.2.1.1. De l'extrême droite partisane aux « actions d'influence », l'engagement d'Alain

Alain est né en 1947 dans une famille protestante non pratiquante. Son père est comptable pour la Compagnie française de dragage, une société réalisant des travaux publics, notamment au sein des colonies françaises. Sa mère est femme au foyer. Du fait de l'activité professionnelle du père, la famille est amenée à changer régulièrement de domicile et de pays. Elle réside ainsi à la fois en Europe et en Afrique. Suite à la guerre d'Indochine, la famille s'installe à Aix-en-Provence, alors que le père travaille pour une entreprise marseillaise. L'entretien n'a pas permis d'éclairer les affinités politiques de ses parents, mais il faut bien noter qu'un des frères aînés de mon enquêté – de 17 ans son aîné – est lui-même entré en politique : il a été député-maire d'Aix-en-Provence entre le milieu des années 1980 et le début des années 1990 et membre de l'Union pour la démocratie française (UDF).

L'entrée dans la vie adulte se fait à une certaine distance de la question politique. L'accent est alors mis sur l'accès à une profession stable et la constitution d'un

foyer. Alain traverse cependant déjà les mouvements étudiants de 1968 avec une certaine frustration. Il me déclare ainsi « [avoir] chialé de voir la connerie [...] de la pseudo-révolte de mai 68, qui était une révolte de fils de bourgeois qui découvraient des choses », et reconnaît que cet événement a certainement joué un rôle dans sa politisation. C'est cependant l'accès des socialistes au pouvoir en 1981 qui est présenté comme un véritable tournant par mon enquêté. Plusieurs de ses choix traduisent alors sa politisation. Le premier est d'ordre confessionnel : en 1982, Alain se convertit au catholicisme. Il privilégie alors la forme traditionnelle du rite³⁶⁸ et fréquente aujourd'hui encore une paroisse traditionaliste. Il milite pendant une courte période de temps au Rassemblement pour la République avant d'entrer au Front national, parti qu'il découvre à l'occasion du passage de Jean-Marie Le Pen à l'émission « L'Heure de Vérité³⁶⁹ », en 1984.

« Et à partir de là [la présidentielle de 1981], je me suis dit qu'il fallait quand même se renseigner, s'engager. Et c'est là qu'en 1984, je suis rentré au FN, voilà. Parce que j'ai découvert Jean-Marie Le Pen, que je ne connaissais pas. Je l'ai découvert lors de cette fameuse émission, "L'Heure de Vérité". Et je me suis dit "mais il a raison. Il a raison (il rit), il dit tout haut ce que, finalement, je pense tout bas" » (Entretien avec Alain, 29 octobre 2020).

Mon enquêté est ainsi encarté au FN pendant une quinzaine d'années. Pendant cette période, il est notamment élu conseiller régional et conseiller municipal. Un certain désenchantement, relatif au parti et à la politique, le conduit cependant à quitter l'organisation en 2000 – période à laquelle le parti lepéniste rencontre par ailleurs une crise liée à la scission mégrétiste (Igounet, 2014). Les discours de mon enquêté illustrent ainsi une désillusion relative à l'ambition portée par le parti, alors que grandit le sentiment que Jean-Marie Le Pen ne « cherch[e] pas du tout à arriver au pouvoir ».

« Et je l'ai suivi [Jean-Marie Le Pen] jusqu'au moment où je me suis dit "il déconne". Il déconne parce qu'il ne cherchait pas du tout à arriver au pouvoir, il cherchait à être le poil à gratter de la politique. Mais moi, j'ai pris conscience de l'urgence et de l'état de notre pays, et je ne pouvais pas me contenter d'être le poil à gratter » (Entretien avec Alain, 29 octobre 2020).

³⁶⁸ Je désigne par cette expression les formes liturgiques antérieures à l'adoption de Vatican II (1969), pour lesquelles l'office se déroule notamment en latin.

³⁶⁹ Cette émission diffusée sur *Antenne 2 / France 2* et présentée par François-Henri de Virieu était consacrée à la politique et consistait dans l'échange d'un représentant politique avec différents journalistes. Pour plus d'informations sur le dispositif de l'émission, se reporter à l'analyse d'Erik Neveu (1989).

La critique adressée au parti d'extrême droite s'insère dans un discours dépréciatif relatif à l'ensemble du système représentatif français. Celui-ci est appréhendé comme un « jeu de rôles », du « théâtre » dans lequel les partis occupent des positions prédéfinies : « nous, au FN, on était les méchants, les autres étaient les bons, et ça faisait du théâtre ». Ce jeu serait alors sans prise sur la réalité, le pouvoir échappant aux politiques pour plutôt dépendre de la « technostructure » et des « lobbies ».

« C'était une espèce de théâtre, mais sans prise sur la réalité, puisque c'était la technostructure... la technostructure et les lobbies qui avaient en réalité le pouvoir. Et avec la bénédiction des politiques, qui en fait se bornent à communiquer, à être dans la communication. Et en fait, ça leur va bien, ils sont grassement payés pour ne rien faire » (Entretien avec Alain, 29 octobre 2020).

C'est de ce fait qu'Alain se tourne à compter du début des années 2000 vers les « actions d'influence ». Les modes d'action privilégiés héritent alors directement des conceptions « métapolitiques » de l'action développées par la Nouvelle droite et la mouvance identitaire. Il fréquente d'ailleurs cette dernière pendant quelques années, participant à certaines des mobilisations du Bloc identitaire (BI) dans le Sud-Ouest. Dans son cas, les « actions d'influence » prennent deux formes. La première est la création d'une association, Vigilance halal³⁷⁰ dont l'objet est de « [combattre] le halal, non seulement sur le plan de la souffrance animale [...] mais sur l'aspect sanitaire ». Ce qui passe notamment par des procès visant à dénoncer les dérogations dont bénéficient certains des abattoirs sur le territoire national³⁷¹ ou des manifestations devant des *fast-food* servant des plats halal³⁷². La seconde est l'animation du site d'informations locales *Burdigala Presse*. Il est encouragé dans ce sens par Philippe Milliau, ancien cadre du Bloc identitaire et fondateur de *TV Libertés*.

« [J'ai quitté le FN, en 2000, en gros]. Il y a 20 ans. J'ai été séduit, pendant un temps, par le mouvement identitaire. Parce que je me suis dit "c'est ça qu'il faut faire, du gramscisme" (il rit), de l'action... [...] Le combat politique pour mon pays, plutôt que de rester dans le marécage, le marigot de la politique politicienne qui ne sert à rien, et au contraire,

³⁷⁰ Site de Vigilance halal. URL : <https://vigilancehallal.com/>.

³⁷¹ Alexandre Arlot, « Seine-et-Marne : une décision de justice met en sursis l'abattage "halal" », *Le Parisien*, 10 janvier 2019. URL : <https://www.leparisien.fr/seine-et-marne-77/seine-et-marne-une-decision-de-justice-met-en-sursis-l-abattage-halal-10-01-2019-7985496.php>.

³⁷² Le Point, « Montpellier : le Quick halal cartonne », *Le Point*, 04 avril 2016. URL : https://www.lepoint.fr/societe/montpellier-le-quick-halal-cartonne-04-04-2016-2029965_23.php.

on le voit bien, nous emmène dans la situation dans laquelle on est maintenant, c'était les actions d'influence. Les actions d'influence. Les partis politiques, faut bien que ça termine par des élections et avec des partis politiques, certes. Mais les politiques étant des girouettes, le but – je vais utiliser une image – le but, c'est de faire souffler le vent. Donc par des actions d'influence [...]. C'est pour ça que je suis persuadé de plus en plus que c'est l'action d'influence – notamment par les médias, et les médias alternatifs entre autres – qui peut arriver à faire évoluer l'esprit des gens. Voilà, vous voyez un petit peu ce qui m'a amené, et c'est pour ça que je vous donne tous ces détails, parce qu'ils sont utiles pour comprendre pourquoi j'ai été amené à travailler pour des médias alternatifs » (Entretien avec Alain, 29 octobre 2020).

La carrière d'Alain permet donc de typifier les carrières menées à droite, pour lesquelles la sortie de l'univers partisan n'équivaut en aucun cas une sortie du militantisme. Cette configuration est assez commune chez mes enquêtés les plus âgés. Avant de créer la fondation *Polémia* (Chapitre 1), Jean-Yves Le Gallou, né en 1948, a ainsi été membre du Front national (1985-1999) puis du Mouvement national républicain (1998-2004). De la même manière, Martial Bild, né en 1961, a milité pendant près de trente ans au sein du parti lepéniste, avant de le quitter en 2008 pour participer à la création du Parti de la France. Le « capital militant » (Matonti et Poupeau, 2004) et le capital social accumulés à travers l'engagement partisan constituent pour ces enquêtés des ressources précieuses qui vont pouvoir être exportées dans un monde social au sein duquel elles sont valorisées.

7.2.1.2. Hermione : « mon engagement, ça sera dans les médias »

Hermione est la cadette d'une famille normande et catholique très pratiquante de 9 enfants. Elle est âgée de 21 ans au moment de notre entretien. Sa socialisation primaire est marquée par des valeurs et des référents d'extrême droite. Son père, courtier en assurance, est en effet engagé dans la politique de leur commune de résidence de l'Eure. Encarté au Front national, il s'est présenté en position éligible aux élections municipales. Ses lectures, rapportées par sa fille, sont le reflet de cet engagement politique : *Boulevard Voltaire*, *Lectures françaises* ou encore *L'Incorrect*. Deux des frères d'Hermione ont milité au sein de l'Action française. Il est par ailleurs important de noter que la politique est présentée par mon enquêtée comme une activité essentiellement masculine : ses sœurs me sont décrites comme « moins politisées » qu'elle ou ses frères, et elle ne me fait pas part des préférences et opinions de sa mère.

Pendant son enfance et son adolescence, Hermione fréquente les scouts unitaires de France. Alors qu'elle est collégienne, elle participe aux Manif pour la Vie et aux Manif pour Tous, se rendant à Paris pour les manifestations, en famille et avec des amis. De fait, la fréquentation de ces mobilisations d'opposition à l'ouverture du mariage aux couples de même sexe (Brustier, 2014) est très fréquente dans les récits de mes enquêtés les plus jeunes. Dans le cas de la jeune femme, ces mobilisations ultra-conservatrices ont été l'occasion d'affirmer publiquement ses préférences, quand bien même elle n'était alors que collégienne, comme l'illustre cette petite anecdote.

« Une fois, je m'en souviens très bien, j'avais acheté le sweat de la Manif pour Tous avec un ami de mon collègue. Et on s'était fait comme pari d'arriver au collège avec les sweats de la Manif pour Tous, et on s'était tapé deux-trois réflexions, on était hyper-fiers de nous, enfin (elle rit) c'était un peu ridicule » (Entretien avec Hermione, 11 décembre 2020).

C'est cependant à compter du lycée que la jeune femme déclare avoir développé un intérêt réel pour les questions politiques. Ceci passe alors notamment par des lectures plus régulières de l'actualité, d'abord à travers la presse *mainstream* puis par la découverte de contre-médias de réinformation tels que *Boulevard Voltaire* et *Fdesouche*. Les espaces de discussion en classe permettent aussi à Hermione d'affirmer publiquement ses convictions, par exemple ici en opposition au droit à l'avortement.

« Par exemple, il y avait une professeure qui avait dit quelque chose, je n'étais pas du tout d'accord avec elle, et ça m'avait vachement froissée. Et du coup, j'avais pris la parole, et finalement, pendant 40 minutes j'avais débattu avec elle, en laissant le cours de côté. Et en fait, c'était plus par des interventions en classe... enfin, je me suis assez libérée dans ma parole. Après, j'ai quand même fait attention de ne pas trop montrer mon engagement politique, parce que j'ai un souvenir d'une insulte dans la cour de récré – parce que quelqu'un savait que mon père, il y a des années s'était présenté comme candidat FN – voilà, j'avais été insultée. Tous les professeurs connaissaient mes idées et les idées de ma famille, donc j'essayais d'être discrète et en même temps de m'affirmer [...].

Mais qu'est-ce qu'elle avait dit, la prof ?

C'était sur l'avortement. Je trouvais qu'elle avait un discours assez simplet. Et c'était une prof où on s'entendait vraiment extrêmement bien, on a eu un débat clair et respectueux. [...]. Et donc oui, c'était sur l'avortement. C'est un sujet qui me tient vraiment à cœur. Après, mon engagement, c'était la Manif pour Tous aussi. La Manif pour Tous. La Marche pour la Vie aussi, mais beaucoup moins [...] C'était une professeure qui était très féministe, et du coup, elle avait dit des choses sur la libération de la femme, sur les droits des femmes, etcetera, et je

n'étais pas d'accord avec ça. Et je ne sais pas pourquoi, j'étais prise dans un élan, j'ai levé la main, et j'ai dit que je n'étais pas d'accord. Mais oui, c'était un argument assez lambda, qu'on nous sort souvent » (Entretien avec Hermione, 11 décembre 2020).

Suite à son baccalauréat, la jeune femme intègre la double licence histoire et science politique de Paris 1, qu'elle décrit comme une université « extrêmement politisé[e], [c'est] de gauche au possible ». Elle s'engage activement auprès du syndicat la Cocarde étudiante pendant deux ans, avant de se désengager partiellement du fait des relations qu'elle entretient avec ses camarades de promotion, qu'elle me présente comme du « harcèlement ». Elle arrête alors de tracter pour l'organisation mais reste sur les listes du fait des règles paritaires. Comme elle me le déclare, « ils ont besoin de filles ». À l'occasion de sa deuxième année de licence, Hermione souhaite suivre un stage dans un média. Elle contacte dans un premier temps *Atlantico* mais se révèle déçue par l'entretien. Elle se dirige alors vers *Boulevard Voltaire* et est aidée en cela par son beau-frère. Ce dernier fréquente en effet la même paroisse versaillaise que la rédactrice en chef du site, Gabrielle Cluzel, et facilite donc la mise en relation. Le parcours de la jeune femme est ainsi exemplaire des carrières de mes enquêtés les plus jeunes, qui s'opèrent essentiellement en marge des organisations partisans qui structurent le champ politique. Certains m'ont ainsi déclaré s'être politisés en ligne (Ferenc), d'autres auprès de groupuscules marginaux « nationalistes-révolutionnaires-rouges-bruns » (Olivier). Le Front national ne semble donc pas constituer un cadre de socialisation politique pour les jeunes médiactivistes. Ce qui ne signifie pas pour autant que le parti n'exerce plus une position de référence pour ces enquêtés. Hermione a en effet hésité à s'engager au sein du Rassemblement national au moment des élections européennes de 2019, avant de privilégier l'écriture. Ce qu'elle déclare par ailleurs ne pas regretter du fait de l'orientation prise par le parti³⁷³.

« Et en fait, dès que j'ai été plongée dans le milieu journalistique, ça m'a vachement plu, et je me suis dit "en fait, c'est par la plume que j'ai envie de m'engager". Et pas tellement par des organisations politiques. J'avais hésité à m'encarter... je pense que c'était au moment des

³⁷³ L'entretien se déroule cinq semaines après l'éviction de Jean Messiha, qui représentait la « ligne » dans laquelle se reconnaissait la jeune femme au sein du parti : « Et – c'est pour vous dire hein – j'hésite vraiment à voter RN... même mon père qui est un RN convaincu depuis le début du mouvement hésite à voter pour le Rassemblement national pour les élections de 2022. Et je pense que ce qui a été un peu le choc, c'est Jean Messiha, je ne sais pas si vous voyez, qui a été viré, entre guillemets, du RN. Alors que moi, la ligne Jean Messiha, c'est vraiment celle que je suivais. Et j'aime pas du tout la ligne de Marine, donc... À voir... » (Entretien avec Hermione, 11 décembre 2020).

européennes, je voulais m'encarter au RN, et heureusement que je ne l'ai pas fait parce que maintenant, le RN, je n'adhère pas trop. Et finalement, oui, j'ai fait le choix de ne pas m'encarter parce que je voulais être libre. Et je trouve qu'on est jeune, alors s'encarter à 20 ans... Et du coup, après mon stage chez BV, je me suis dit "mon engagement, ça sera dans les médias" » (Entretien avec Hermione, 11 décembre 2020).

7.2.1.3. Socialisation à gauche et entrée sur le territoire de la réinformation

Quelques-uns de mes enquêtés ont connu des socialisations politiques à gauche, en militant au sein d'organisations partisans identifiées (parti socialiste, parti communiste, *etc.*) précédemment à leur entrée dans le monde de la réinformation. Le retour sur la carrière de PC permet de revenir sur les logiques qui président à cette transition, et d'insister sur la principale logique sous-jacente : la volonté de *préserver la civilisation française alors que celle-ci est confrontée à l'essor de l'Islam.*

Pierre naît en 1953 en région parisienne. Son père, initialement boucher, devient chauffeur de car pour l'usine automobile Chrysler voisine. Sa mère n'exerce pas d'activité professionnelle et s'occupe de lui et des deux autres enfants. Selon les dires de mon enquêté, la famille n'est pas réellement politisée :

« [ils] n'étaient pas du tout de gauche. Je pense qu'ils étaient pas plus de droite. Mon père avait peut-être un côté anar' de droite » (Entretien avec Pierre, 20 novembre 2020).

Pierre est encouragé à fréquenter le catéchisme enfant, et à faire sa communion, mais la famille n'est pas pratiquante. Sa mère n'est en effet pas baptisée, et elle est issue d'un « milieu bouffeur de curés ». Si bien que mon enquêté déclare que

« à l'âge de 11 ans, je ne croyais plus. Pour moi, c'était clair, je ne croyais plus [et] mes parents m'ont foutu une paix royale » (Entretien avec Pierre, 20 novembre 2020).

Âgé de 14 ans, il rejoint un collège d'enseignement technique (CET) et se forme à la typographie. Il commence à travailler à 17 ans, d'abord dans une imprimerie d'usine automobile. Son service militaire se déroule au sein de l'atelier d'impression des armées de l'école militaire de Paris. Il se syndique à cette occasion à la CGT, engagement syndical qu'il maintient pendant toute sa carrière professionnelle. C'est à compter de 1977 qu'il travaille pour une entreprise de presse, en assurant la typographie de *J'informe*, quotidien à la courte durée de vie (septembre-décembre

1977). Il rejoint ensuite *La Tribune de l'économie*. En 1977-1978, PC milite une année au Parti communiste. Il rejoint ensuite la Ligue communiste révolutionnaire (LCR) entre 1979 et 1984. Sa socialisation politique se déroule donc plutôt à gauche, quand bien même le terreau familial ne prédisposait pas à cet engagement. L'année 2007 – l'année de son entrée en retraite – marque à cet égard un renversement. C'est la première élection pour laquelle Pierre préfère un candidat de droite à un candidat de gauche : il vote pour Nicolas Sarkozy, refusant donner sa voix à Ségolène Royal. C'est aussi l'année où il crée le site *Riposte laïque*, dont la production consiste essentiellement en un réquisitoire opposé à la présence de l'Islam en France³⁷⁴.

La préoccupation pour cette thématique n'est alors pas totalement nouvelle pour Pierre. La position de Lionel Jospin, alors ministre de l'Éducation, et plus largement de la majorité des membres du parti socialiste, au moment de « l'affaire du voile » de Creil³⁷⁵, en 1989, est déjà estimée « scandaleuse ». Ce souci naissant relatif à l'Islam est confirmé par la vision en 2003 d'une réunion de l'Union des organisations islamiques de France (UOIF) à l'occasion de laquelle les participants sifflent le ministre de l'Intérieur, Nicolas Sarkozy, et à travers lui « la France laïque ».

« En fait, chez moi, il y a deux déclics. Il y a le déclic de 1989, avec l'affaire de trois jeunes filles voilées à Creil. La position de la gauche, la position de Jospin, la position de SOS Racisme... [...] La position de la gauche me paraît scandaleuse. Moi, je suis à l'époque, comme 80% des Français, " il faut virer les trois nanas ", et c'est tout ! Je veux dire, elles retirent leur voile ou on les vire. Je veux dire : on transige pas avec ça. Et donc la gauche se couche, ça me fout dans une rage pas possible. Il n'y a pas de loi contre le voile à l'école, je sais qu'il y a pendant une quinzaine d'années des dizaines et des dizaines de problèmes similaires où les équipes pédagogiques et éducatives sont confrontées à ça. Et mon deuxième déclic est en 2003 : en 2003, j'écoute – je suis encore à gauche, hein, je vote encore à gauche à l'époque – et j'entends Sarkozy, qui est le ministre de l'Intérieur, qui est invité par l'UOIF, qui fait son colloque annuel au Bourget. Donc Sarkozy, comme ministre de l'Intérieur, donc chargé des cultes, fait une prise de parole : il leur annonce beaucoup de concessions de la République par rapport à eux. Mais il leur fait quand même un petit rappel, il leur dit que les musulmans doivent quand même

³⁷⁴ La thématique est présente chez des sites et blogs appartenant aux différentes classes dégagées par l'analyse de réseau (Chapitre 2). Il convient cependant de noter que *Riposte laïque* et quelques autres sites en font la principale thématique traitée, en adoptant une conception monolithique de la religion et de ses fidèles.

³⁷⁵ En 1989, le principal du collège de Creil exclut trois étudiantes du fait de leur choix de porter le voile, arguant y voir un signe de prosélytisme incompatible avec l'exercice de la laïcité dans son établissement. Relayée par SOS Racisme, cette décision va générer un important débat public relatif aux questions de laïcité, de racisme et d'islamophobie. Pour des développements à ce sujet, consulter *Comment sommes-nous devenus réacs ?* (Matonti, 2021).

respecter les lois de la France et les lois laïques. Et notamment que les femmes, quand elles se font prendre en photo pour une pièce d'identité, doivent retirer leurs voiles, comme le veut la loi. Et il se fait siffler pendant plus de 10 minutes par l'ensemble de la salle. Je vois les images sur les journaux télévisés, pour moi, il y a quelque chose qui ne passe pas quoi. Je revois le même refus que pour le voile à l'école, je me dis "qu'est-ce que c'est que ces mecs-là ?". J'ai beau ne pas aimer Sarkozy, quand il dit ça, il a raison. Et c'est pas l'homme de droite qu'ils sifflent, c'est la France laïque. Donc moi, ça ne me va pas du tout. C'est un déclic, et je me dis "il faut faire quelque chose. Il est en train de se passer quelque chose de grave" » (Entretien avec Pierre, 20 novembre 2020).

Les craintes liées à la place occupée par l'Islam dans l'espace public incitent mon enquêté à se rapprocher de l'Union des familles laïques en 2003. Il prend la tête d'un site relevant de la gauche laïque d'alors, *Respublica*, qu'il anime pendant quatre ans, en lui faisant gagner une certaine visibilité. Des tensions apparaissent cependant, qui concernent le traitement réservé aux différentes confessions. Pour Pierre, il s'agit de concentrer la production éditoriale sur « l'Islam et l'islamisation de la France ». Ce point de vue n'est pas partagé par les « francs-maçons de gauche » avec lesquels il collabore alors.

« Pendant 4 ans, je consacre tout mon temps de militant à l'animation de ce journal. Je fais une petite rédaction, qui est bien en place. Et ça marche bien. Et puis... je sens quand même qu'il y a des divergences potentielles : c'est-à-dire que moi... On va dire que Respublica, c'est essentiellement des francs-maçons de gauche qui tiennent ça. Et il y a le discours, en gros, on renvoie les trois religions dos à dos et on peut pas se permettre de critiquer l'islam si on ne critique pas le christianisme, et un peu moins le judaïsme. Et si on ne critique pas le catholicisme, j'avoue que c'est quelque chose qui m'exaspère, parce que pour moi, le catholicisme ne pose pas les problèmes que pose l'islam en France. Donc c'est clair qu'on a réussi à cohabiter pendant 4 ans ensemble, mais que ça ne pouvait pas durer. Moi, je voulais vraiment, de plus en plus, mener un combat principalement et essentiellement contre l'islam et l'islamisation de la France. Et eux avaient trop peur d'être catalogués d'extrême droite s'ils se lançaient là-dedans » (Entretien avec Pierre, 20 novembre 2020).

Un fait-divers cristallise les tensions qui agitent alors le projet. En 2006, la gérante d'un gîte de montagne contacte la rédaction de *Respublica* pour relater son témoignage : elle a refusé de servir deux femmes si elles ne retiraient pas leurs voiles. Ces dernières ont refusé et ont porté plainte. Pierre plaide pour que le site prenne sa défense, quand

« la direction de l'Union des familles laïques [a] une conception soviétique de la laïcité, que la laïcité, c'est dans les services publics, que

c'est dans les écoles, que ce n'est pas dans la rue ou dans les commerces » (Entretien avec Pierre, 20 novembre 2020).

Un an après cet épisode, le site *Riposte laïque* est créé par Pierre en compagnie de deux individus eux-mêmes venus de *Respublica*. Mon enquêté me présente le projet comme principalement animé à cette époque par « des gens qui sont soit toujours à gauche, soit qui viennent de la gauche ». L'ambition reste pendant plusieurs années d'attirer des laïcs issus des rangs de la gauche. Cependant, l'année 2010 marque une rupture et peut à ce titre être entendue comme un *turning point*, « [séparant] des chemins bien tracés et relativement rectilignes par des moments relativement abrupts produisant un changement de direction » (Abbott, 2009, p. 194). En participant à des événements organisés par la mouvance identitaire, *Riposte laïque* rompt définitivement avec les milieux de gauche et s'inscrit comme un site capable de travailler avec l'extrême droite. Ces nouvelles alliances sont présentées par mon enquêté comme une forme de « connivence des combattants » le liant à des individus et des organisations travaillant à « préserver notre mode de vie, notre culture, notre civilisation, notre identité ».

« Mais on se rend compte qu'on est en train de s'isoler, qu'à gauche, personne ne suit, et au bout d'un moment, on dit qu'on va être dans un esprit d'union des patriotes, sans sectarisme, contre l'islamisation de notre pays. C'est-à-dire qu'on franchit le pas, on des contacts avec les identitaires, et ça, naturellement, ça ne nous sera jamais pardonné. Et on organise en 2010 deux événements majeurs : c'est l'apéro saucisson-pinard, qui a fait parler de nous, c'est une des dernières fois où l'on a pu aller sur les plateaux de télé d'ailleurs (il rit), et on organise les Assises internationales contre l'islamisation de nos pays en décembre. Où on fait une salle de 1500 personnes à Paris, on fait une retransmission en direct sur Internet – à l'époque, c'est rare. Et on a un million d'internautes pendant le weekend qui regardent l'évènement quoi. C'est la plus belle chose qu'on ait réussie, encore aujourd'hui, ça a été une réussite totale. Donc on décide finalement... on présente ça comme le même esprit qu'en 1940, où vous aviez des gens classés à l'extrême droite, à la Cagoule et tout, qui avaient été capables de défendre la France avec des communistes... bah on se situe dans le même esprit, et on dit que l'heure n'est pas aux divergences. Les identitaires sont régionalistes, nous on ne l'est pas, on est plutôt jacobins. Tout ça, on s'en fout, ce sont des divergences qui sont secondaires, et c'est toujours notre approche : on pense qu'aujourd'hui, c'est l'union de tous les Français, pour préserver notre mode de vie, notre culture, notre civilisation, notre identité. Et que c'est plus important que les divergences qu'on peut avoir entre cathos, athées, régionalistes, jacobins, etcetera » (Entretien avec Pierre, 20 novembre 2020).

Les trois carrières-types ici exposées permettent de revenir sur la socialisation politique des enquêtés. Des logiques de continuité caractérisent ceux dont la socialisation primaire et secondaire a été effectuée « à droite » – ici Alain et Hermione. Pour mes enquêtés les plus âgés, passés par des organisations partisans de droite et d'extrême droite, les contre-médias peuvent être analysés comme jouant le rôle de « structures de rémanence » (*abeyance structure*), c'est-à-dire d'organisations

« [évitant] la dispersion des activistes et, donc la potentielle disparition du mouvement [en] préservant le réseau militant, un répertoire de buts et de tactiques et une identité collective, dans l'attente de conditions externes qui permettent de revenir à une mobilisation de masse » (Johsua, 2020, p. 22).

Cette logique est absente chez les enquêtés les plus jeunes. S'ils sont bien socialisés à droite, leur politisation s'est faite en marge des organisations partisans de droite et d'extrême droite³⁷⁶. La continuité n'est cependant pas la seule conformation observée : certains de mes enquêtés ont été socialisés à gauche, en passant par les rangs d'organisations partisans telles que le Parti communiste, la Ligue communiste révolutionnaire ou encore le Parti socialiste, parfois durablement. L'étude de ces carrières nécessite d'identifier le *turning point* (Abbott, 2009) à travers lequel l'enquêté rompt avec la gauche. Dans le cas de Pierre, il s'agit de la participation à des mobilisations organisées par la mouvance identitaire. Sa présence à ces événements traduit l'abandon de la volonté de fédérer des acteurs issus de la gauche. Ces mêmes acteurs voient en lui un acteur d'extrême droite à compter de ce moment. Par-delà la socialisation politique des acteurs, deux dimensions relatives à l'entrée dans le monde de la réinformation doivent être interrogées : l'importance des réseaux de relations dans ce processus, ainsi que la manière dont ils acquièrent les compétences qui y sont requises.

7.2.2. Réseaux de relations et « carnet de contacts »

L'entrée en médiactivisme est aussi une affaire de relations. L'économie des échanges affectifs exerce un poids sur les dynamiques de recrutement. L'entourage,

³⁷⁶ Le cas d'Hermione précédemment développé invite néanmoins à souligner que la frontière avec l'engagement partisan est parfois fine : ayant grandi dans une famille dont le père a lui-même été engagé au Front national / Rassemblement national pendant plusieurs années, elle a hésité à rejoindre le parti l'année précédant notre entretien.

la famille, ou encore les amis occupent ainsi un rôle important dans la décision de rejoindre un contre-média, en permettant de franchir le gué sans sauter dans l'inconnu. L'exemple d'Hermione précédemment développé illustre parfaitement cette tendance. Alors que l'étudiante cherche à réaliser un stage dans une entreprise de presse, c'est son beau-frère qui la met en relation avec Gabrielle Cluzel, directrice de publication de *Boulevard Voltaire*, qu'il connaît pour fréquenter la même paroisse. Une fois ce premier pas franchi, la jeune femme développe rapidement de nouvelles relations lui permettant d'affirmer son insertion dans le monde de la réinformation. On lui confie en effet la rédaction d'un sujet consacré au lancement du bulletin *L'Étudiant libre*. Ceci est l'occasion de rencontrer ses créateurs et de le rejoindre.

« ... en fait Stanislas et Antoine, je les ai connus quand j'étais chez BV. Parce qu'il y avait l'Étudiant libre qui était en train de se monter et d'ailleurs, j'avais écrit un article pour BV, sur l'Étudiant libre.

Je l'ai lu oui.

*Ah ! On a été mis en contact, et on s'est très bien entendu parce que, mine de rien, on a le même âge. C'est bête, mais ça permet de créer des affinités. Et du coup, j'ai dit à Stanislas et à Antoine "dès que je finis BV, franchement, je veux vraiment faire partie de l'Étudiant libre" »
(Entretien avec Hermione, 11 décembre 2020)*

À la rentrée de sa troisième année de licence, la jeune femme contribue donc régulièrement à *L'Étudiant libre*. Elle s'inscrit parallèlement à l'Institut Libre de Journalisme (ILDJ), formation proposée par l'Institut de Formation Politique (IFP). La formation lui permet de développer plus encore son répertoire de contacts dans le milieu médiatique et journalistique. Au moment de l'entretien, elle co-anime depuis peu un podcast avec une autre jeune femme rencontrée à l'occasion de ces formations (*voir plus bas*). Elle a de plus été contactée par un journaliste du *Figaro Vox* – intervenant pendant la formation – qui lui proposait un stage pendant sa troisième année de licence. Offre qu'elle décline cependant pour privilégier la validation de son diplôme. La jeune femme a finalement connu quelques expériences d'écriture pour *l'Incorrect*, après avoir rencontré son directeur de publication par l'entremise de son petit-ami, lui-même stagiaire auprès de la revue.

La carrière d'Hermione, courte dans sa durée mais néanmoins déjà marquée par plusieurs étapes, illustre parfaitement une dynamique que l'on retrouve dans plusieurs entretiens. L'entrée en médiactivisme est favorisée par la connaissance de personnes ayant déjà développé des liens dans ce monde, qu'ils soient militants,

amicaux ou confessionnels. Deux de mes enquêtés insistent de la même manière sur le rôle qu’ont joués des amis dans le fait de rejoindre des contre-médias de réinformation : Olivier et Sylvain.

Olivier est étudiant en master 2 à l’université Panthéon-Assas au moment de la Manif pour Tous. Il participe alors activement au mouvement, en s’engageant de manière radicale : il me fait notamment part de « bagarres avec les flics ou les gauches [des groupes de gauche] », et d’une action au cours de laquelle il déploie une banderole au sein de l’Assemblée nationale. De ce fait, il craint de comparaître en justice et cherche conseil auprès d’un de ses amis, son ancien chef scout. Alors qu’Olivier hésite à s’engager dans l’armée en rejoignant les chasseurs alpins, cet ami lui suggère de prendre contact avec les initiateurs d’une web-TV alors en projet, *TV Libertés*. Il sait en effet que ces derniers souhaitent recruter des collaborateurs prêts à faire de l’antenne et les met donc en relation avec le jeune homme.

De la même manière, Sylvain a grandi au sein d’une famille qu’il me décrit comme catholique pratiquante et attachée aux valeurs conservatrices tout en étant « peu politisée ». Il me fait part d’un rapport distant à la politique avant l’entrée en médiactivisme, quand bien même il a fait partie d’une association étudiante – l’Union toulousaine Indépendante et libre (UTIL) – cherchant à « reprendre la main sur l’université » au moment des manifestations étudiantes contre le Contrat première embauche (CPE). Il considère ainsi avoir commencé à fréquenter des sphères politiques au moment de son entrée à *Radio Courtoisie*, où il travaille sur le Bulletin de réinformation, d’abord à raison d’une matinée toutes les deux semaines. Ici encore, c’est un ami qui encourage cette intégration.

« Et, vous m’avez dit que vous avez commencé à fréquenter des milieux politiques³⁷⁷ après avoir quitté le milieu familial. Ça s’est passé comment ?

Ça s’est passé... le premier pas ça s’est fait avec Radio Courtoisie. J’étais passionné de théâtre à l’époque, j’avais un bon copain que j’avais rencontré à la fac qui était déjà politisé et qui participait au Bulletin de réinformation de Radio Courtoisie. Et il m’a demandé, il m’a dit “t’as un bon timbre de voix, est-ce que tu pourrais pas... tu voudrais pas venir ?”. Je faisais beaucoup de théâtre à l’époque et je me suis dit “pourquoi pas, ça va me faire travailler ma voix, ma diction, etcetera”. C’était vraiment... C’était pas du tout pour un aspect... même si je sentais que c’était à peu près compatible, sans trop connaître le milieu

³⁷⁷ Plusieurs de mes enquêtés emploient le terme de *milieu* – politique, « droitard », *etc.* – pour caractériser les sphères militantes dans lesquels ils gravitent. L’emploi du terme fait ici écho aux déclarations précédentes de mon enquêté.

Radio Courtoisie. C'était plus mon intérêt : je donne et puis ça sera l'occasion de m'exercer quoi. Voilà, ça a commencé comme ça. » (Entretien avec Sylvain, 5 décembre 2019).

Sylvain découvre alors qu'il prend un certain plaisir à « transmettre quelque chose avec une vision du monde qui était relativement compatible à la [s]ienne ». Une période de chômage l'encourage à intensifier son implication et à « multiplier les matinales ». Ceci est aussi l'occasion de questionner ses choix professionnels. Après « deux-trois ans » d'antenne, le journalisme s'impose comme une possibilité. Il prend donc contact avec Jean-Yves Le Gallou, alors « patron d'émission » du Bulletin de réinformation. Celui-ci le dirige vers *TV Libertés*, projet dont Sylvain n'avait alors pas connaissance.

« Et je fais un bilan de compétence, je m'aperçois qu'en fait, le journalisme, c'est vraiment un truc qui me tenterait pas mal. Je me dis "je suis un peu dans la merde, parce que c'est pas du tout les études que j'ai faites, mais bon, je vais tenter". Et là, je contacte Jean-Yves Le Gallou, qui était responsable du Bulletin de réinfo. Et je lui demande... bon il me connaissait un petit peu, on se connaissait un petit peu, on s'était déjà croisé, ça faisait 2-3 ans que je faisais le Bulletin... Et il m'avait repéré comme quelqu'un d'assez bon en fait. Et je lui dis "voilà, je pense que j'ai vraiment-vraiment envie de devenir journaliste". Et puis il me regarde, et il me dit "ça tombe bien, j'ai besoin d'un mec comme vous, on monte une web-TV". Et je l'ai contacté en septembre, la web-TV commençait à se lancer en sous-main en novembre. Donc je l'ai contacté pile-poil au bon moment quoi, c'est vraiment un grand coup de hasard quoi » (Entretien avec Sylvain, 5 décembre 2019).

Ces trois exemples illustrent donc que l'entrée dans le monde de la réinformation est favorisée par la connaissance de personnes ayant elles-mêmes tissé des liens avec les médiactivistes. Au-delà de ce point, les cas d'Hermione et Sylvain montrent aussi que la fréquentation de ce monde social peut aussi rapidement conduire l'établissement de liens nouveaux. Ceux-ci permettent de pérenniser l'inscription sur le territoire médiactiviste et de développer de nouvelles collaborations. Aussi, le « carnet de contacts », dont Marchetti et Ruellan soulignaient l'importance chez les journalistes, occupe ici aussi une place prépondérante. Un tel constat corrobore en outre les dynamiques observées par Florent Tixier dans son étude d'une forme engagée de journalisme, celui développé par les « militants de l'information européenne » (Tixier, 2019). Les phénomènes de cooptation – notamment à travers les réseaux formés par Erasmus – y occupent en effet aussi un rôle prépondérant.

7.2.3. L'acquisition des compétences médiactivistes : une formation « sur le tas »

Comme je l'ai précédemment indiqué, un seul de mes enquêtés a suivi une formation en journalisme. Fils d'un couple ayant travaillé dans les médias – le père était journaliste et la mère chargée de marketing en télévision – Florent a en effet intégré l'Institut des Hautes Études en Communication Sociale de Bruxelles dont il a validé le cursus de cinq années. Le premier article qu'il envoie au *Visegrád Post* a d'ailleurs été rédigé dans le cadre de sa formation, dont la publication m'est présentée comme une petite revanche compensant la mauvaise note qu'il avait alors obtenue. Le passage par une telle formation facilite évidemment l'acculturation aux normes qui encadrent la production médiatique d'information : rédaction d'articles, montage de vidéos et de formats audio, *etc.* Cependant, l'acquisition des compétences médiactivistes est en premier lieu le produit de l'entrée dans ce monde social pour mes enquêtés. Je mobilise deux exemples permettant d'illustrer la manière dont les organisations, et plus largement le monde de la réinformation, façonnent les individus et encouragent le développement de compétences singulières. Le recrutement d'Élise par *TV Libertés* a été motivé par son expérience précédente, la jeune femme ayant travaillé pendant un an pour la chaîne de télévision *Equidia*³⁷⁸. Sa position au sein de la web-TV nécessite cependant des compétences spécifiques qu'elle ne maîtrisait pas précédemment (lecture du prompteur, écriture sur des sujets d'actualité) et qu'elle va donc acquérir en y travaillant. Mon entretien avec Romain permet aussi d'illustrer que certains des contre-médias de réinformation développent une véritable préoccupation pour la formation des jeunes recrues.

Élise a acquis des compétences spécifiques préalablement à son entrée dans le monde de la réinformation, à travers un projet médiatique non militant. Étudiante, la jeune femme est en effet inscrite en langues étrangères à l'université Paris-Sorbonne (Paris IV), où elle suit un cursus en espagnol, avec pour ambition initiale d'enseigner à l'université. Elle se rapproche dans le même temps de l'UNI, « sans jamais y adhérer », car elle se déclare « outrée » par les mouvements sociaux étudiants qu'elle découvre au moment de ces années d'études. Elle participe alors à

³⁷⁸ Créée en 1999, la chaîne de télévision est spécialisée dans la thématique hippique.

quelques manifestations organisées par le syndicat étudiant, moments à l'occasion desquels elle rencontre des militants que l'on retrouve aujourd'hui dans le monde de la réinformation (par ex. le créateur et principal animateur de *Damoclès*). Élise passe une première fois le concours de l'agrégation, auquel elle échoue. Ce moment aboutit à une remise en question de son parcours. Elle se réinscrit à l'université, principalement pour profiter d'un partenariat établi entre HEC et l'université. Après un an à fréquenter l'école de commerce, elle s'inscrit à Sup de Pub³⁷⁹. Le cursus incluant une alternance, elle rejoint la chaîne de télévision spécialisée dans la thématique équestre, *Equidia*. Cette expérience d'un an est présentée comme particulièrement formatrice, en ce qu'elle a permis de rompre avec le caractère trop littéraire de sa formation initiale et d'acquérir la capacité à faire des phrases concises répondant aux exigences de la télévision.

« Ça avait un côté totalement paradoxal avec les études que j'avais faites antérieurement parce qu'en plus c'était très littéraire, et en plus, c'était en espagnol. Et l'espagnol a pour propriété de faire des phrases à la Proust de manière quasi naturelle et spontanée, ce qui est impossible dans le journalisme sportif puisqu'il y a les chiffres, les rangs, les résultats, etcetera donc forcément, il faut être très précis et très court. Donc c'était plutôt très formateur. » (Entretien avec Élise, 7 mai 2019).

Élise quitte *Equidia* pour un concurrent, mais cela ne dure que peu de temps. Elle revient rapidement travailler pour la chaîne en qualité de pigiste. Parallèlement, elle enchaîne les « petits jobs alimentaires », en cherchant à convertir cette première expérience médiatique « en dehors des chevaux ». Martial Bild, qu'elle connaît pour le fréquenter professionnellement (il est client de son père, commerçant sur un marché, chez qui elle travaille ponctuellement) prend contact avec elle pour qu'elle rejoigne le projet de web-télévision qui se monte alors. Elle accepte et fait ainsi partie des premiers employés de *TV Libertés*. Si son expérience précédente a justifié son embauche, le travail qu'elle doit alors assumer est nouveau pour elle. C'est en effet la première fois qu'elle est amenée à présenter une émission en plateau, face caméra. Ce qui nécessite donc l'apprentissage de nouvelles manières de faire, aussi bien relatives à l'aise devant le prompteur qu'aux qualités d'écriture requises.

*« Et on apprend comment le plateau ?
Alors, on a pas mal travaillé quand même ici, notamment à lire le prompteur. Mais la meilleure école, c'est de faire. Donc il n'y a pas des*

³⁷⁹ Elle me dit y avoir suivi un master « Journalisme et médias numériques ». La maquette ne comprend plus de cursus à ce nom, et je n'ai pas trouvé d'informations sur cette formation.

milliards de clés en fait. D'abord, il y a un truc, ou il n'y a pas un truc. Donc en gros, t'es capable ou t'es pas capable. Et puis, si t'es capable, faut bosser. En fait, je pense que c'est vraiment presque de la gymnastique cérébrale. C'est-à-dire qu'il faut qu'à terme ton cerveau soit capable de lire un temps en avant par rapport à ce que tu prononces. Tout simplement parce que s'il y a une erreur, s'il y a un truc, il faut que tu puisses corriger sans être obligé de faire une pause. Donc c'est vraiment de la gymnastique intellectuelle quoi [...]. Ensuite, on apprend en faisant. Parce que si on attend d'être prêt pour faire, on fait jamais. Donc bon, on a fait un premier JT qui était catastrophique. Avec le recul, c'était une honte. Mais on l'aurait fait trois semaines plus tard, il aurait été aussi nul en fait, donc voilà. On l'a fait le jeudi, le premier. Le lundi, le troisième JT, il avait déjà plus rien à voir [...]. La table, ça s'est fait autrement. Les couleurs ont été corrigées. Les textes ont été revus, la manière de se passer la parole avec Olivier a été revue. Enfin, plein de choses en fait, qui se font toutes plus ou moins naturellement d'ailleurs, parce qu'une fois que tu regardes, tu te dis... » (Entretien avec Élise, 7 mai 2019).

La logique consistant à « apprendre en faisant » concerne une grande majorité de mes enquêtés. L'acquisition de compétences particulières se fait alors par itération : c'est par la production de contenus – parfois sous supervision – que les contraintes du médiactivisme sont appréhendées et intériorisées. *Le Rouge et le Noir* m'est ainsi présenté par Romain, un de ses fondateurs, comme un contre-média ayant pour ambition « d'être une école de formation militante, d'être un tremplin même vers d'autres engagements militants ». Se référant à l'exemple de l'*Action française* dans la première moitié du XXe siècle, il décrit le site comme une « école militante » à travers laquelle « on apprend un peu tous les métiers ». L'apprentissage de l'écriture s'opère alors à travers les brèves. C'est par ce biais que les nouveaux entrants s'initient à l'écriture pour le web, et s'habituent au style du contre-média, qui m'est présenté comme un « site littéraire », avide de « belle[s] écriture[s] ».

« Ce n'est pas forcément le cas pour les brèves – à vrai dire, les brèves n'ont pas tellement pour objet d'être lues que de former de jeunes rédacteurs. Donc pour nous, c'est presque secondaire qu'elles soient lues. Comme je vous le disais, on est moins lus qu'avant, et on se conçoit plus, parfois, comme une école de formation que comme... Et puis, ce ne sont pas du tout ces articles-là qu'on va envoyer au lectorat qu'on s'est choisi » (Entretien avec Romain, 27 avril 2021).

L'entrée dans le monde de la réinformation est ainsi un moment d'apprentissage d'attitudes et de savoir-faire, reproduisant au moins en partie les dynamiques observées chez les étudiants occupant des postes de correspondants pour la presse quotidienne régionale (Bouron, 2015a). Ces premiers pas dans le médiactivisme sont

notamment l'occasion de se familiariser avec les bases de l'écriture, comme l'illustre l'exemple du *Rouge et le Noir*. Mes enquêtés insistent aussi fréquemment sur les apprentissages liés au format vidéo : leur entrée en médiactivisme a nécessité d'acquérir des compétences particulières, pour la captation (maniement des caméras et micro) et le montage.

7.3. Se maintenir en médiactivisme : multipositionnalité et rétributions

7.3.1. La multiplication des collaborations, entre sur-activisme et logiques économiques

Si elle n'est pas la norme au sein du monde de la réinformation, la multipositionnalité des acteurs est relativement commune. J'utilise ici cette notion dans un sens plus restrictif que celui employé par Luc Boltanski (1973) ; il s'agit pour moi de souligner les collaborations multiples que développent certains des médiactivistes. Je ne prends donc pas compte ici de leur insertion dans d'autres mondes sociaux que celui de la réinformation. On observe donc ici une dynamique sensiblement similaire à celle observée dans les mondes de l'information (Bastin, 2015) : les carrières des journalistes tendent à se distinguer des trajectoires des entreprises de presse et ils sont incités à multiplier les collaborations avec différents titres et médias. Ceci répond tout à la fois à des logiques stratégiques au moment de l'entrée dans la profession qu'à des motivations plus prosaïquement économiques. Je distingue deux configurations dans lesquelles les médiactivistes sont affiliés à plusieurs contre-médias : une logique que j'associe au sur-activisme de l'extrême droite en ligne et une autre qui résulte de logiques économiques.

Le cas d'Hermione est exemplaire des logiques de sur-activisme que j'ai pu observer chez mes enquêtés. Au moment de notre entretien, en décembre 2020, l'étudiante de 21 ans écrit pour l'*Étudiant libre*. Elle a repris depuis peu un podcast avec une jeune femme rencontrée à l'Institut de Formation Politique (IFP), « En quête de bon sens ». Après une première édition consacrée à l'analyse de l'« inversion des

valeurs » consistant en un entretien avec Thibaud Collin, agrégé de philosophie enseignant à l’Institut de sciences sociales, économiques et politiques³⁸⁰ (ISSEP), elle me déclare préparer la suivante. Aucun nouvel épisode n’a cependant été publié depuis lors. Parallèlement à ces activités, elle me déclare garder un contact avec l’équipe de *L’Incorrect* – pour qui elle a déjà écrit un article pour le web et une brève pour la version imprimée – car elle compte leur proposer un nouvel article sur la danse classique, qui est une de ses passions. Plusieurs articles signés de sa plume ont effectivement été publiés sur le site Internet de la revue depuis notre échange. Elle collabore donc à ce moment de sa carrière avec trois contre-médias distincts, dont deux à titre gracieux³⁸¹. Dans cette configuration, la multipositionnalité participe donc au sur-activisme relevé par Stéphane François dans sa synthèse portant sur les usages d’Internet par l’extrême droite (2018). Si la multiplication des sites et blogs (Chapitre 2) contribue à donner l’impression que l’extrême droite est extrêmement présente en ligne, la participation active de certains médiactivistes, engagés auprès de plusieurs contre-médias, permet d’entretenir cette représentation. La multipositionnalité est aussi une conséquence de la professionnalisation. Je mentionne dans mon chapitre consacré à l’économie du monde de la réinformation qu’un de mes enquêtés, Thibault, parvient à tirer de son activité de pigiste une rémunération mensuelle qu’il estime à 2500 euros. Ceci est le produit de collaborations diverses entamées à compter de 2014, sous la forme de piges régulières. Comme dans la presse d’information *mainstream*, le statut de pigiste encourage les acteurs à multiplier les collaborations, ceci pour maximiser leurs revenus ainsi que pour accéder à des positions stables dans la profession (Bastin, 2015 ; Standaert, 2016). L’année 2014 marque un tournant dans la carrière de celui qui était jusque-là traducteur-interprète, écrivant bénévolement pour le site *Nouvelles de France*. Apprenant que le quotidien *Présent* traverse des problèmes financiers et organisationnels, Thibault prend contact avec la rédaction – via Jeanne Smits qu’il connaissait apparemment pour avoir précédemment collaboré épisodiquement avec le titre – pour proposer ses services, qui sont acceptés. Il

³⁸⁰ L’ISSEP est un institut de formation fondé par Marion Maréchal Le Pen dans la ville de Lyon. Luucie Soullier, « Marion Maréchal assure sa promo à travers son école », *Le Monde*, 22 juin 2018. URL : https://www.lemonde.fr/politique/article/2018/06/22/marion-marechal-assure-sa-promo-a-travers-son-ecole_5319833_823448.html.

³⁸¹ La jeune femme a en effet été rémunérée pour une de ses productions pour *L’Incorrect*.

devient alors pigiste pour le quotidien, pour lequel il écrit quotidiennement depuis lors sur l'actualité polonaise, et plus généralement européenne. Depuis 2015, il écrit pour un hebdomadaire polonais, pour lequel il va notamment réaliser une interview de Marine Le Pen. Il peut arrêter son travail de traducteur-interprète avec les revenus complémentaires que lui apportent les articles rédigés pour *Réinformation.tv*, site auquel il participe le temps de son existence, introduit une nouvelle fois par Jeanne Smits, en écrivant huit articles par semaine. C'est en regardant *TV Libertés* qu'il apprend l'existence du *Visegrád Post*, qu'il contacte au début de l'année 2016 pour proposer des articles, d'abord à titre gracieux. L'obtention d'une subvention du gouvernement hongrois en 2019 permet la rémunération des pigistes du *Visegrád Post* pendant l'année, ce dont va pouvoir profiter Thibault. Il est toujours rémunéré au moment de l'entretien, au titre des articles écrits dans le cadre du partenariat liant le *Visegrád Post* et le *Club de la Presse*³⁸². Au moment de l'entretien, il écrit donc pour plusieurs médias le rémunérant : *Présent*, pour lequel il produit plusieurs articles toutes les semaines ; le *Visegrád Post* ; ainsi que les médias polonais *Do Rzeczy* et *Kurier.plus*. Occasionnellement, s'ajoute à cette activité la réalisation de quelques sujets pour *TV Libertés*, ce qui s'insère dans le cadre du partenariat conclu entre la web-TV et la rédaction du *Visegrád Post*. L'exemple de Thibault permet donc d'illustrer que la multiplication des collaborations peut aussi être le produit de logiques économiques visant à maximiser ses revenus.

7.3.2. Les rétributions du militantisme

Dans un article de 1977, Daniel Gaxie soulignait que le militantisme ne peut s'expliquer par le seul attachement à la cause défendue. Dans le même temps, sa démarche consiste à lever le paradoxe soulevé par Mancur Olson (1971), qui statue que les individus ont intérêt à être les témoins des mobilisations plutôt que les participants. En adoptant la position de passagers clandestins (*free riders*) ils peuvent en effet bénéficier des potentielles retombées de la mobilisation tout en n'en assumant aucun des coûts. Face à cette proposition, Daniel Gaxie (1977) propose donc d'intégrer à l'analyse du militantisme – et en premier lieu du militantisme

³⁸² Le *Club de la Presse* est une offre en ligne permettant d'accéder aux contenus de plusieurs titres d'extrême droite moyennant un abonnement. Je développe ce point dans le Chapitre 5.

partisan – les rétributions individualisées dont les individus sont les bénéficiaires. Le premier des bénéfices non collectifs consiste évidemment dans l’obtention de postes d’élus pour certains des cadres partisans. Comme le note l’auteur,

« offrant une certaine sécurité, de nombreux avantages matériels et de multiples gratifications symboliques – prestige, honneurs, puissance – ces postes présentent suffisamment d’attraits pour que certains agents sociaux en fassent leur but de leur vie et se consacrent du même coup totalement au parti qui leur permettra de les atteindre » (Gaxie, 1977, p. 129).

Plus largement, c’est à la participation aux entreprises partisans que sont attachées des rétributions, celles-ci permettant d’expliquer l’entrée et le maintien dans le militantisme. Les bénéfices qui en sont tirés peuvent alors être d’ordre matériel ou symbolique, et leur importance varie dans le temps, ainsi qu’en fonction des positions occupées dans l’appareil partisan (Gaxie, 2005). De la même façon, ils sont appréhendés de manière différenciée en fonction des individus, et de leur dotation en capitaux culturels, économiques et sociaux. Les rétributions matérielles renvoient principalement à l’ensemble des dispositifs permettant de « vivre pour et de la politique » (Gaxie, 1977, p. 129) : emplois de permanents et rémunération liée à une position d’élu, notamment, ou encore des avantages matériels (ex. logement de fonction). Les rétributions symboliques sont, elles, plus complexes à cerner. Elles peuvent reposer sur la notabilisation du militant, à qui l’on reconnaît un certain prestige lié à sa position dans l’appareil partisan, l’acquisition d’un capital culturel – point largement développé dans la littérature traitant des militants du PCF (Kriegel, 1970 ; Pudal, 1989) –, ou encore sur l’ouverture à des sociabilités nouvelles (Gaxie, 2005). Les entretiens conduits avec les médiactivistes permettent de dégager trois principaux types de rétributions concourant au maintien de leur engagement. Pour le segment dégageant des revenus de leur production, celles de nature matérielle occupent évidemment une place. Les deux rétributions symboliques identifiées concernent les sociabilités – le territoire médiactiviste étant aussi un territoire affinitaire – ainsi que l’accès à des positions hiérarchiques et de responsabilités valorisées par l’endogroupe.

7.3.2.1. *Les rétributions matérielles : « vivre par et pour le médiactivisme »*

J'ai exposé dans le chapitre relatif à l'économie des contre-médias que l'activité éditoriale de certains des médiactivistes donne lieu à une rémunération, selon différentes modalités. Pour paraphraser Daniel Gaxie, ces rémunérations permettent de *vivre par et pour le médiactivisme, mais encore de vivre tout court, « d'assurer l'avenir »*. Certains sont donc employés en CDI – c'est le cas du noyau éditorial de *TV Libertés* – quand d'autres travaillent en qualité d'autoentrepreneurs ou de pigistes (Chapitre 5). Dans le premier cas, la certitude d'être rémunéré mensuellement constitue en elle-même un intérêt. C'est notamment ce que permet de souligner l'entretien avec Élise, salariée de *TV Libertés* depuis les débuts de la web-TV. Pour elle, la sécurité de l'emploi symbolisée par la signature d'un CDI équilibrait une rémunération qui était alors équivalente au SMIC, ainsi qu'une incertitude quant à la pérennité du projet qu'elle intégrait alors.

« Parce que dans un premier temps, ici, on quand même eu un mérite, c'est que malgré on va dire les incertitudes quant à la pérennité de l'activité, quant au succès que l'on pouvait rencontrer, etcetera, etcetera, la direction a, mine de rien, fait le choix quand même de nous engager en CDI tout de suite. Donc, bon, c'est peut-être un petit peu trivial comme considération, mais bon, mine de rien, même si les salaires étaient assez bas, il n'en reste pas moins que c'est une certitude...

Ah oui, matériellement.

Clairement ! Voilà, on était tous majoritairement logés chez nos parents. Donc... c'était effectivement une obligation dans un premier temps, parce qu'effectivement, les salaires étaient très bas, euh...

Ça vous dérange de me dire combien c'était ?

Le SMIC. C'était le SMIC » (Entretien avec Élise, 7 mai 2019).

L'exemple de Thibault permet de souligner que l'obtention d'une rémunération exerce une influence sur l'intensité de l'engagement médiactiviste. Installé en Pologne, il exerce le métier de traducteur-interprète jusqu'au moment où il parvient à dégager des revenus substantiels de l'écriture. Son parcours correspond ainsi à une professionnalisation au sein du monde de la réinformation : alors qu'il écrit ses premiers articles en qualité de bénévole – et donc sur son temps libre –, il va progressivement parvenir à en tirer des revenus, en multipliant les collaborations. Comme je l'ai précédemment indiqué, ceux-ci sont estimés à 2500 euros par mois au moment de l'entretien. La production de piges pour *Présent* étant presque

quotidienne, le loisir militant est devenu une activité professionnelle. Cette transition n'est pas sans incidence. Thibault privilégie maintenant la production d'articles donnant lieu à rémunération, et délaisse le travail bénévole.

« Comment est-ce que vous vous êtes dirigé vers le journalisme ? Et à quelle année c'était, en gros, ce choix de quitter le métier de traducteur pour le journalisme ?

Alors, aux alentours de 2011-2012, j'ai commencé à écrire de manière tout à fait bénévole pour le site Nouvelles de France. Principalement sur la Pologne en fait, parce que j'étais irrité par la manière dont la réalité polonaise était déformée dans les grands médias français. À partir de 2014, j'ai proposé mes services au journal Présent, qui les a acceptés. Et depuis – je ne crois pas me tromper sur les années même si je peux me tromper d'un an ou deux, je ne crois pas me tromper mais si vous avez besoin d'informations précises, je pourrai vérifier – depuis 2014, je suis pigiste chez Présent et j'écris très régulièrement. Presque tous les jours en fait. Parce que je couvre l'actualité, pas uniquement polonaise, mais européenne. Et puis... ensuite sont venus d'autres médias. Depuis 2015, je collabore avec un hebdomadaire polonais. J'avais fait avec un collègue journaliste de cet hebdomadaire la première interview de Marine Le Pen pour un média polonais. C'était après les attentats de Charlie Hebdo. Et donc je continue de travailler avec eux. Et puis je continuais la traduction, en parallèle. Et puis j'ai arrêté la traduction quand j'ai eu une proposition de Réinformation.tv – c'est un site qui a arrêté malheureusement – pour leur faire 8 articles par semaine. Donc ça plus Présent, plus cet hebdomadaire polonais et quelques autres occasionnels à côté, ça me compensait ce que je perdais en arrêtant la traduction en fait. Et Réinformation.tv a arrêté et depuis je travaille pour différents médias. C'est très instable parce que c'est un secteur où les clients n'ont pas d'argent, donc... Vous en trouvez un nouveau, vous en perdez un ancien » (Entretien avec Thibault, 7 octobre 2020).

Ainsi, la possibilité de tirer un revenu stable et substantiel du médiactivisme est un des facteurs permettant de maintenir l'engagement des acteurs, ainsi que son intensité. L'activité militante est alors appréhendée en premier lieu comme une activité professionnelle. Les enquêtés bénéficiant d'une rémunération tendent ainsi à se présenter comme des journalistes lors des entretiens. Ce qui ne les empêche cependant pas d'exercer des activités leur permettant d'obtenir des revenus complémentaires : média-training, production audiovisuelle, travail dans des entreprises d'import-export, etc. Le recours à des activités rémunérées extérieures au journalisme correspond ainsi à une tendance pouvant être observée chez les jeunes journalistes pour lesquels « le journalisme n'est pas systématiquement exclusif dans les emplois du temps » (Standaert, 2016, p. 65).

Par ailleurs, constater l'existence de rétributions matérielles pour un segment des médiactivistes ne doit en aucun cas laisser entendre que celles-ci constituent une motivation au maintien de l'engagement de tous. En témoignent l'indignation d'Emmanuel lors de notre échange, quand je lui demande s'il perçoit de l'argent pour sa production, ou encore de Roger, pour qui les bénéfices de l'écriture sont bien plus symboliques et psychologiques que matériels. Comme il me le déclare : « vous savez, j'écris plus pour pouvoir vider la besace que pour l'argent ».

7.3.2.2. *La réinformation, un territoire affinitaire*

Dans un article revenant sur sa contribution de 1977, Daniel Gaxie écrit que « pour les plus investis, le militantisme est encore un espace d'intégration, de loisirs, de convivialité, de fraternité et de vie amoureuse » (2005, p. 163). Le maintien de l'engagement est alors d'autant plus favorisé qu'il s'inscrit dans une toile de sociabilités ordinaires. Le militantisme ne doit alors pas être approché comme une activité distincte des autres activités sociales, mais bien un espace dans lequel sont engagées des relations affectives et intimes fortes. Des préoccupations de même type doivent être intégrées à l'étude du médiactivisme de réinformation. Il peut être l'occasion de développer des liens forts avec d'autres médiactivistes, ayant une incidence sur les différentes sphères sociales dans lesquelles agissent les acteurs. Les considérations développées par Becker (1960) en termes d'engagement (*commitment*) et de paris adjacents (*side bet*) rencontrent alors ici un certain écho. En effet, à travers le médiactivisme, des liens affinitaires se développent et ces derniers conditionnent en retour le maintien dans cette activité.

L'entretien conduit avec Roger permet notamment d'illustrer cette dimension. Contrairement à d'autres médiactivistes qui sont en contacts directs avec leurs homologues, ce dernier entretient des rapports intermédiés avec eux, puisqu'ils prennent en premier lieu la forme d'échanges de mails et d'appels téléphoniques. Pour autant, interrogé sur les relations qu'il entretient avec les autres contributeurs de *Riposte laïque*, il déclare qu'ils forment un groupe caractérisé par la « volonté de travailler dans le même sens », uni par l'impérative « défense de notre façon de vivre et de notre pays ». Malgré la distance qui les sépare, les médiactivistes avec qui il est en contact sont présentés comme des *amis*, comme l'illustre la récurrence du terme dans le court extrait suivant.

« Au quotidien, ces échanges – bon à la louche, hein – qu’est-ce que ça représente en volume ? En termes de mails, d’appels ?

Là, franchement, je serais incapable de vous dire ça. J’ai jamais... Ça fait un peu... Vous savez, c’est comme des amis : on reçoit des messages, on répond (il souffle)... Je suis incapable de vous dire, c’est pas un travail en fait, c’est des échanges entre amis, hein.

Je comprends, mais si je vous demande sur la journée d’hier, vous avez passé combien de coups de fil à vos co-rédacteurs ?

Il y a des jours où il y a aucun coup de téléphone, hein. Tout simplement.

On se suffit à regarder les messages, et puis chacun donne son opinion.

“Tiens, moi j’ai pris tel truc, j’ai pris tel ou tel sujet, j’ai écrit un article sur tel sujet”. Quelqu’un vous répond en disant “bah écoute, je fais pour demain”. C’est des échanges d’amis, entre guillemets. Ce n’est pas quelque chose de cadré avec un rendez-vous journalier le matin à 8h30 ou 9h30 » (Entretien avec Roger, 10 décembre 2020).

De fait, plusieurs entretiens reviennent explicitement sur les amitiés qui se tissent parallèlement au médiactivisme. Hermione déclare ainsi entretenir des relations amicales avec deux des cofondateurs de l’*Étudiant libre*. De la même manière, Florent affirme être ami avec les contributeurs réguliers du *Visegrád Post*, et les avoir conviés à son mariage.

Résultat d’une activité commune au sein d’un même contre-média, les relations d’amitié peuvent aussi dépasser les frontières organisationnelles. *TV Libertés* organise ainsi tous les ans des « universités d’été » à l’occasion desquelles se retrouvent des médiactivistes. Sont ainsi présents ceux issus de la web-TV, des sites identitaires locaux (*Paris Vox*, *Burdigala Presse*, etc.) et du *Visegrád Post*. Plusieurs de mes enquêtés m’ont à ce titre déclaré avoir rencontré certains de leurs homologues lors de ces évènements, et entretenir avec eux des relations cordiales.

« Alors, moi, j’entretiens des relations amicales, avec ceux que vous connaissez. D’abord avec Philippe Milliau, je vous l’ai dit. Avec Martial Bild aussi, parce que je l’ai connu avant que ça démarre. Après je les connais tous : Arnaud Soyez, [Olivier] – c’est bien ça ?...[...] Et Élise... Parce qu’en fait, à un moment, mais ça s’est perdu, Philippe Milliau faisait des réunions des sites régionaux. Il les faisait dans les locaux du Kremlin-Bicêtre. Donc on se voyait, on discutait, on mangeait ensemble. Et ils étaient au début, eux, donc nous.... non, on est venus tout de suite après. Et donc, on les a vu arriver, et puis c’est sympa, on monte à Paris, c’est sympa, il y a des bons échanges amicaux avec les personnes que je viens de vous donner. Et après, c’est vrai qu’il y avait des Universités d’été à [commune des Bouches-du-Rhône] et là, les mêmes personnes descendaient. Et donc là, c’est plus ou moins notre territoire. Et donc Martial Bild, il descendait. [Élise] aussi, on l’a vue. [Olivier] aussi, Arnaud Soyez. Et puis chacun faisait un petit topo, sur le journalisme. Voilà, moi j’ai appris, j’ai appris beaucoup de choses. Par exemple, la

diffamation, que faire quand quelqu'un dit qu'on l'a diffamé. La propriété de l'image, faire gaffe et tout. Bon, on a eu de bonnes formations » (Entretien avec Georges, 17 novembre 2011).

Finalement, Hermione et Antoine, qui écrivent tous les deux pour l'*Étudiant libre*, ont souligné à l'occasion des entretiens que le monde de la réinformation est aussi un « petit monde » au sens de Milgram (Mercklé, 2016, p. 13), voire un « tout petit monde ». Ils ont ainsi témoigné du fait que les conférences organisées par les droites conservatrices et extrêmes, certains instituts de formation³⁸³ et les soirées sont l'occasion de rencontrer d'autres médiactivistes. Comme me le déclare Hermione, « le milieu droitard, à Paris, on se connaît tous ».

7.3.2.3. Médiactivisme et responsabilités hiérarchiques

L'existence de hiérarchies au sein des contre-médias, et la possibilité pour les médiactivistes d'évoluer en leur sein constituent une condition de leur rétribution symbolique. Comme le note Daniel Gaxie à propos des organisations partisans,

« En définissant un système des postes inégalement dotés du point de vue symbolique, [la hiérarchie partisane] donne la possibilité de définir une carrière, d'associer des gratifications différenciées à l'ensemble des positions et d'aménager une rémunération croissante des responsabilités occupées par les adhérents les plus actifs. Autrement dit, l'existence de postes représentant des rendements symboliques différents est la condition de l'organisation d'une progression des satisfactions offertes par le parti et de la rémunération de l'action plus soutenue et plus durable que certains lui consacrent » (Gaxie, 1977, p. 131-132).

L'idée est donc la suivante : l'engagement de certains militants au sein d'une organisation peut être sanctionné positivement à travers l'obtention d'une fonction à laquelle sont attachées des responsabilités et un certain prestige. La progression du militant dans l'organigramme partisan, qu'elle soit potentielle ou effective, encourage de son côté le maintien de l'intensité de l'engagement individuel. Un tel postulat peut évidemment être transposé à l'échelle des contre-médias. Plusieurs disposent en effet d'un organigramme plus ou moins rigide et clair, permettant d'assigner des rôles et des responsabilités aux différentes positions occupées, ainsi

³⁸³ Outre l'Institut de Formation Politique et son Institut Libre du Journalisme, l'Institut catholique de Vendée (ICES) joue un rôle important, au moins pour les médiactivistes de l'*Étudiant libre*. « [C]eux qui contribuent, soit sont déjà des amis soit le deviennent, ou au moins sont des gens avec qui on s'entend bien... donc on les rencontre. Alors, déjà, il y en a un certain nombre à l'ICES, quand même. Puisqu'on est plus connus là-bas, et donc, forcément, quand on est à l'ICES, on a la possibilité de se voir régulièrement. Et sinon, on se croise à droite, à gauche » (Entretien avec Antoine, 5 décembre 2020).

que des titres pouvant être valorisés, au moins au sein du monde de la réinformation. L'entretien avec Romain, un des créateurs de *Le Rouge & Le Noir*, permet ainsi d'éclairer l'existence de ce qu'il qualifie de « schéma de progression », institué au moment auquel le site intégrait de nombreux nouveaux médiactivistes (entre 2013 et 2015). Plusieurs positions peuvent être dégagées de cet extrait d'entretien. Les nouvelles recrues occupent ainsi tout d'abord celle de contributeur. Passé un certain volume d'articles produits, elles peuvent devenir des rédacteurs, sous réserve de validation par Romain. Ces rédacteurs peuvent ensuite devenir administrateurs du site, voire finalement intégrer le comité de rédaction. Rigide au milieu des années 2010, cet organigramme se serait assoupli, ceci notamment du fait du nombre moins important de nouveaux entrants.

« L'intégration se passe très simplement : on prend un verre. Si les profils nous plaisent, si on se rend compte que ça correspond bien à nos idées et à notre façon de faire, on les met un peu à l'essai, on leur commande un article. Ensuite, si on voit qu'ils sont motivés, on les intègre à des réunions, et peu à peu, ils deviennent des habitués, et ils deviennent membre de l'équipe. Après, il y a tout un schéma de progression à l'intérieur du site, un cursus honorum, qui était important dans les années 2013-2014-2015, parce qu'on avait énormément de recrues à gérer et qu'on recrutait un peu à tour de bras, et beaucoup de profils qui, au final, n'étaient pas bons (il rit). Soit au niveau des idées, soit dans l'interaction avec les autres... Du coup, on avait un cursus honorum très précis, avec différentes étapes. D'abord, on était contributeur, ensuite, on devenait rédacteur après avoir écrit une dizaine ou une quinzaine d'articles, et si j'étais d'accord. Une fois rédacteur, on pouvait devenir administrateur, mais on devait commencer par la boîte mail, ensuite on pouvait passer aux réseaux sociaux. Ensuite, on avait le droit d'intégrer le comité de rédaction... Il y avait un cursus honorum assez précis, qui nous permettait de former les gens, et aussi de les écrémer. Aujourd'hui [...] c'est devenu plus facile, comme on est moins nombreux, d'avoir un poste à responsabilité – enfin poste à responsabilité, entre guillemets, parce que c'est une petite structure, ça a pu être une structure plus grosse il y a quelques années, mais aujourd'hui, pour le poste à responsabilité, ce n'est pas non plus flamboyant... Ça ne va pas avec les femmes et l'alcool à flot, hein » (Entretien avec Romain, 27 avril 2021).

De la même façon, au moment de mes premiers entretiens avec les médiactivistes de *TV Libertés*, au printemps 2019, Élise était nommée directeur³⁸⁴ de la rédaction depuis quelques mois. Le poste était précédemment occupé par Martial Bild, qui m'a

³⁸⁴ Je masculinise la fonction car c'est de la sorte qu'elle s'est présentée à moi, me corrigeant quand je l'interrogeais sur son rôle de « directrice de rédaction ».

déclaré y avoir renoncé dans un souci de transmission et de renouvellement, ainsi qu’au profit de la fonction de directeur général de la chaîne. Ce faisant, Élise, qui a fait partie des premiers salariés de la web-TV et en a été une de ses principales incarnations en qualité de présentatrice du Journal, s’est vue accorder de nouvelles responsabilités. Elle est maintenant en charge de la définition de la ligne éditoriale de deux émissions, le Journal et le Samedi Politique, et de l’attribution des sujets aux membres de la rédaction pour le Journal. Bistrot Libertés, émission animée toutes les semaines par Martial Bild, reste cependant la prérogative de ce dernier. Cette nouvelle fonction a aussi amené la jeune femme à prendre en charge la gestion de la présence de la web-TV sur les RSN. Quand Élise ne peut pas assurer la direction du Journal – ce qui est notamment le cas en fin de semaine, moment où elle se consacre à la préparation du Samedi Politique – c’est Olivier qui prend alors en charge cette fonction, en qualité de rédacteur en chef adjoint.

L’exemple de Roger permet de la même manière d’illustrer les logiques de progression au sein d’une hiérarchie médiactiviste, cette fois au sein de *Riposte laïque*. Au moment de notre échange, il occupe la fonction de rédacteur pour le site depuis « à peu près trois-quatre ans maintenant ». Rédacteur prolifique, il a en effet été invité à rejoindre le groupe d’une vingtaine de rédacteurs – tous bénévoles – animant le site. Cette progression au sein de l’organigramme du site ouvre à des responsabilités bien plus importantes que précédemment, et qui sont présentées comme particulièrement chronophages. En effet, à la fonction de rédacteur sont associées deux exigences : la production régulière d’articles – à un rythme pouvant être quotidien – et la modération des commentaires. C’est ainsi que Roger estime consacrer plusieurs heures tous les jours au contre-média, la rédaction d’un article lui demandant environ quatre heures et la modération au moins une heure.

« [Pierre] m’a proposé d’écrire pour Riposte Laïque, si ça m’intéressait. J’ai fait quelques articles pour eux, au départ. Et puis, petit à petit, je me suis pris au jeu. Et là, j’ai été nommé rédacteur il y a à peu près 3-4 ans maintenant. Et [Pierre] s’est retiré, puisqu’il n’est plus le responsable du site, c’est un responsable qui se trouve en Israël maintenant. Et donc ils voulaient que je continue à travailler pour Riposte Laïque.

Vous m’avez dit que vous avez été nommé rédacteur il y a trois ans ? Enfin nommé... À force de travailler pour eux, je fais partie des contributeurs qui, à l’époque, écrivaient le plus. Avec une autre femme, qui m’avait dépassé, qu’on appelait Marianne, et qui écrivait énormément elle aussi. Et à force, je suis devenu rédacteur. Et

maintenant, je corrige aussi des commentaires. Je fais partie de la vingtaine de rédacteurs à l'intérieur qui bossons régulièrement dessus. Et ce statut de rédacteur, qu'est-ce qu'il représente concrètement en termes de charge de travail et de responsabilités ?

Une charge énorme. C'est très-très chronophage, ça, je vous le dis. C'est très chronophage. Entre la rédaction d'un article, qui vous prend à peu près quatre heures par jour. Au moins quatre heures pour écrire un article, parce que vous ne pouvez pas non plus écrire n'importe quoi : il faut que vous ayez des sources, il faut que vous ayez... [développement consacré à la question des sources mobilisées dans la rédaction des articles]

... Et il y a quoi d'autre comme tâche concrète associée à votre statut de rédacteur ?

Vous savez, quand vous avez l'écriture à faire, à raison d'un tous les deux jours. Sortir un article tous les deux jours. Voir, il y a eu un moment où c'était quasiment tous les jours... Quand vous écrivez un article tous les deux jours, et que vous avez la correction des commentaires... vous ne pouvez pas imaginer les centaines de commentaires qu'on peut recevoir » (Entretien avec Roger, 10 décembre 2020).

L'exemple de Ferenc invite aussi à bien prendre compte du caractère conjoncturel de ces rétributions. Interrogé sur les relations qu'il entretient avec les journalistes en Hongrie, son pays de résidence, il insiste sur le fait que le prestige associé à sa position n'est pas le même qu'en France. En Hongrie, il serait regardé comme un pair et un interlocuteur par les journalistes. Au contraire, son expérience et son expertise serait niée en France du fait de sa participation à un site relevant de la « fachosphère ».

« J'ai une reconnaissance très forte en Hongrie. En France, je ne suis pas inconnu, et je suis vu comme un journaliste alternatif de réinfo, de fachosphère, je-ne-sais-pas-quoi. En Hongrie, non. En Hongrie, je suis considéré... c'est "monsieur le rédacteur en chef"...je suis aussi un expert de la France, donc parfois je peux être invité à la télé. J'ai donné un entretien par exemple au plus grand quotidien national il n'y a pas longtemps pour parler de la France » (Entretien avec Ferenc, 25 septembre 2020).

L'inscription des acteurs sur le terrain de la réinformation sur la durée invite donc à prendre note de deux éléments. Le premier concerne la multipositionnalité des médiactivistes. Comme je l'ai souligné, celle-ci résulte de deux dynamiques : le sur-activisme numérique de l'extrême droite, ainsi que la professionnalisation de certains des médiactivistes. Le second est relatif aux rétributions tirées du médiactivisme, incitant les acteurs à maintenir leur implication auprès des contre-médias. J'en ai identifié trois principales. Les rétributions matérielles concernent

ceux des médiactivistes qui tirent des revenus de leur activité éditoriale. Les rétributions symboliques prennent deux formes : le développement de relations sociales avec d'autres médiactivistes et l'accès à des positions hiérarchiques nouvelles et aux responsabilités afférentes.

7.4. Les logiques du désengagement

Je n'ai pas rencontré au cours de mon terrain d'individus s'étant pleinement désengagés du médiactivisme de réinformation³⁸⁵. Il apparaît cependant pertinent d'avoir pour hypothèse que les deux dynamiques soulignées par Marion Jacquet-Vaillant (2021) peuvent trouver un écho sur mon terrain. Le désengagement pourrait alors correspondre à des logiques d'indisponibilités biographiques plus ou moins pérennes, ou à la conversion des capitaux militants et sociaux accumulés à travers l'expérience médiactiviste dans une entreprise partisane. Des données et des témoignages de seconde main permettent en effet de corroborer cette hypothèse. Les entretiens conduits avec les animateurs de *Burdigala Presse* révèlent ainsi un point s'inscrivant dans la première dynamique : le site bénéficiait précédemment de l'appui d'une bénévole, chargée de coordonner les médiactivistes. Celle-ci a cependant trouvé un emploi, la conduisant à abandonner cette fonction, faute de temps. L'obtention d'un nouvel emploi, au même titre que l'entrée en parentalité, a donc une incidence sur la disponibilité biographique et peut conduire à la sortie du médiactivisme. Le cas d'un des fondateurs de l'*Étudiant libre* – avec lequel je ne me suis pas entretenu – s'inscrit lui dans la seconde dynamique. Stanislas Rigault a en effet quitté le médiactivisme – et ce, comme les autres cofondateurs du contre-média³⁸⁶ – pour s'impliquer dans la campagne d'Éric Zemmour lors de l'élection présidentielle de 2022, en qualité de président de « Génération Z ». Le jeune homme

³⁸⁵ Cette difficulté est soulignée dans un article consacré à la question rédigé par Olivier Fillieule : « Par définition, les "ex" ne sont plus là au moment de l'enquête et bien souvent, les organisations ne conservent pas ou ne mettent pas facilement des fichiers d'adhérents qui permettraient d'espérer retrouver les personnes ayant fait défection » (2005, p. 18). De fait, mes demandes d'être mis en contact avec des acteurs sortis du monde de la réinformation n'ont pas rencontré d'échos positifs.

³⁸⁶ L'Étudiant libre, « L'Étudiant libre se renouvelle ! », *L'Étudiant libre*, 1^{er} novembre 2021. URL : <https://letudiantlibre.fr/letudiant-libre-se-renouvelle/>.

a été candidat pour le parti Reconquête dans le Vaucluse au moment des législatives de 2022³⁸⁷, et n'a pas passé le premier tour, ayant réuni 10.5% des voix³⁸⁸.

Pour autant, si aucun de mes enquêtés ne s'est pleinement désengagé, deux d'entre eux se sont partiellement désinvestis. Les entretiens conduits avec eux éclairent des dynamiques absentes de celles évoquées ci-dessus. Sylvain a souhaité « se professionnaliser », selon ses termes, ce qui l'a conduit à quitter *TV Libertés* pour rejoindre des médias caractérisés par une ligne éditoriale catholique : *Alétéia* et *Radio Notre-Dame*. Le désengagement n'est cependant pas une rupture franche. En effet, un lien est conservé avec la rédaction de la web-TV pour laquelle il déclare travailler quelques heures tous les mois. Le cas de Romain, cofondateur de *Le Rouge et le Noir* illustre de son côté une forme de désenchantement. Après une phase d'intense implication auprès du site, le constat est celui d'une perte d'influence, tranchant avec la « frénésie » militante qui avait accompagné la période de mobilisation liée à la Manif pour Tous. Alors que l'essentiel des autres personnes ayant participé à la création de la gazette en ligne s'en sont définitivement détournées, lui accompagne le site dans ce qu'il appelle sa « mort lente et douloureuse ».

7.4.1. Se professionnaliser à l'extérieur du monde tout en conservant le lien : Sylvain et *TV Libertés*

Sylvain a travaillé pendant près de cinq années au sein de la rédaction de *TV Libertés*, où il avait un statut de salarié attaché à la rédaction. Son travail s'articule alors essentiellement entre la préparation et le montage de l'émission i-Média qu'il présente en compagnie de Jean-Yves Le Gallou, et la réalisation de sujets pour le Journal. Passées ces cinq années, il développe « l'impression d'avoir fait le tour » et souhaite « aller voir d'autres rédactions [afin de se] professionnaliser un peu plus, de voir ce qui se [fait] à l'extérieur ». Il prend donc contact avec des responsables de médias « qui pouvaient ne pas être trop frileux face à [son] expérience à TVL »,

³⁸⁷ M.T., « Législatives 2022 : Stanislas Rigault est candidat dans la deuxième circonscription pour Reconquête dans le Vaucluse », *La Provence*, 9 mai 2022. URL : <https://www.laprovence.com/actu/en-direct/6758634/vaucluse-stanislas-rigault-candidat-dans-la-deuxieme-circonscription-pour-reconquete.html>.

³⁸⁸ Alexandre Vella, « Résultats Législatives 2022 : Stanislas Rigault, le porte-parole d'Eric Zemmour, largement battu par le RN dans le Vaucluse », *20 Minutes*, 12 juin 2022. URL : <https://www.20minutes.fr/elections/3306343-20220612-resultats-legislatives-2022-stanislas-rigault-porte-parole-eric-zemmour-largement-battu-rn-vaucluse>.

et parvient à intégrer la rédaction du site catholique d'actualité générale *Alétéia*, en CDD³⁸⁹. La considération relative à ses expériences médiatiques passées (avant *TV Libertés*, il avait été impliqué auprès du Bulletin de réinformation de *Radio Courtoisie*) permet de souligner que les acteurs souhaitant se diriger vers des médias moins militants sont conscients du stigmate (Goffman, 1975) qui peut être attaché à leur engagement médiactiviste. De ce fait, ils savent que certaines portes leur resteront fermées.

Sylvain est donc recruté pour huit mois³⁹⁰ par *Alétéia*. L'objectif est alors de développer le pôle vidéo du site, mais ce projet n'aboutit pas comme convenu. De ce fait, il s'initie finalement à la rédaction d'articles pendant la période. Ce qu'il présente *a posteriori* comme une excellente expérience lui ayant permis d'enrichir ses compétences, jusque-là essentiellement tournées vers l'audiovisuel. Son travail auprès du site catholique est suivie d'un remplacement de quelques semaines à la présentation des *flashes* d'actualité de la matinale de *Radio Notre Dame*³⁹¹.

Les compétences développées à travers le médiactivisme peuvent donc être réinvesties dans d'autres sphères médiatiques, ici des médias confessionnels. Mon enquêté insiste d'ailleurs dans l'entretien sur le fait qu'entrer à *Alétéia* marque pour lui une rupture avec le « travail militant » représenté par la réinformation. La différence dans la nature des projets médiatiques se situerait notamment dans leurs rapports aux sources. La dépendance des médias confessionnels à l'égard de l'AFP trancherait alors avec les pratiques éditoriales de *TV Libertés*.

« Et est-ce que vous considérez que le travail que vous avez fait, et pour Aleteia, et pour Radio Notre-Dame est de la réinformation ? Est-ce que c'est comme ça que vous le qualifiez ?

Non, parce c'est pas un travail militant... On est beaucoup moins dans le militantisme en fait. On est beaucoup moins dans l'opinion. On est dans un communautarisme religieux, en gros, on parle à une sphère qui est intéressée par ces médias parce que ce sont des médias chrétiens. Mais ce n'est pas du tout de la réinformation. La réinformation, c'est un concept qui a été émis par Jean-Yves Le Gallou, et qui est... Si je devais

³⁸⁹ Le site créé par la Fondation pour l'Évangélisation par les Médias propose de l'actualité dans plusieurs langues (outre le français, l'anglais, le portugais, l'italien, l'espagnol, le polonais et le slovène) et se targue d'être le « premier site catholique du monde ». URL : <https://fr.aleteia.org>.

³⁹⁰ Du fait du flou qui entourait certaines des bornes temporelles dans l'entretien, je me suis reporté sur le LinkedIn de Sylvain afin de mieux appréhender le temps passé dans chaque rédaction. Il déclarait ainsi avoir passé près d'un an dans la rédaction d'*Alétéia*, quand son profil LinkedIn affiche une durée de huit mois, entre novembre 2018 et juin 2019.

³⁹¹ Comme je l'ai noté, les bornes annoncées à l'occasion de l'entretien ne concordent pas avec les informations renseignées sur LinkedIn. D'après les déclarations de Sylvain, le contrat avec la radio était échu au 5 décembre 2019, jour de l'entretien. Il déclare cependant avoir exercé jusqu'en janvier 2020 en qualité d'animateur de programme matinal. De fait, il est possible qu'il ait été rappelé à exercer cette fonction pour quelques semaines après l'entretien.

tenter de le définir, c'est l'idée "les médias parlent mal de nous, il faut rééquilibrer l'information, et donc réinformer les gens. Ils parlent mal de nous, ils parlent mal de nos idées, donc il faut réinformer". Donc moi, Aleteia, je faisais pas du tout de la réinformation en fait. Comme à Radio Notre-Dame. Moi, ma source d'information à Radio Notre-Dame, c'était l'AFP quoi » (Entretien avec Sylvain, 5 décembre 2019).

La carrière de mon enquêté pourrait ainsi être interprétée comme s'inscrivant dans une dynamique de professionnalisation et de désengagement. Pour autant, les conditions dans lesquelles je l'ai rencontré attestent du fait qu'il garde un pied dans le monde de la réinformation. Je le croise en effet lors du Forum de la dissidence organisé par *Polémia* en 2019. Je le reconnais à ce moment, son visage m'étant familier quand bien même je ne parviens alors pas à y associer un nom. Il est accompagné d'une femme d'environ 25 ans, qui le filme quand lui interviewe certains des participants. Quelques jours plus tard, lors de notre entretien, il me déclare avoir été recruté ponctuellement par une « boîte de prod' » pour couvrir l'évènement. De fait, la couverture de mobilisations d'extrême droite, ou relevant spécifiquement du monde de la réinformation semble être relativement commune pour lui. Le weekend suivant notre échange, il est en effet prévu qu'il couvre pour le compte de *TV Libertés* le Salon du livre organisé par l'association Renaissance catholique³⁹².

Sylvain n'a donc pas quitté totalement le monde de la réinformation : il continue à travailler quelques demi-journées tous les mois pour la web-TV. C'est plutôt l'intensité de son engagement qui a diminué du fait de l'opportunité qu'il a d'être salarié auprès de différents médias extérieurs à ce monde social. Dès lors, il semble heuristique d'approcher l'engagement auprès des médias de réinformation non pas de manière binaire mais comme un continuum. L'extrait d'entretien reproduit ci-dessous illustre par ailleurs le fait que les liens affinitaires, dont j'ai précédemment souligné l'importance, occupent un rôle important dans le maintien des liens. C'est parce que Sylvain est ami avec ses anciens collègues que ceux-ci lui « donnent un coup de main en [lui] filant [...] deux-trois petits contrats ».

³⁹² Site de l'association Renaissance catholique. URL : <https://renaissancescatholique.fr/>.

« Donc vous avez gardé un pied malgré tout à TV Libertés...
J'ai gardé des contacts en fait. Parce que là, c'est vrai que je re-bosse un petit peu parce que je manque un peu de taff. Donc c'est pour ça. Mais c'est complètement officieux, ça n'apparaît pas sur mon CV. Et puis, je me suis fait des amis en fait là-bas donc... c'est pas que des collègues. J'ai travaillé pendant cinq ans, on a pris des dizaines et des dizaines de pots... Élise est une très-très-très bonne amie, je m'entends hyper bien avec elle. Voilà. Et donc là, ils savent que j'ai pas beaucoup de boulot, et bien ils me donnent un coup de main en me filant de temps en temps deux-trois petits contrats quoi.

Ça représente quoi en volume en ce moment ?

Bien, le Forum pour la dissidence, c'était même pas eux qui ont fait appel à moi. J'ai eu une demi-journée le mois dernier et là, j'en récupère trois ce mois-ci. Voilà, donc c'est ridicule. En termes de volume, c'est ridicule. Moi, ça m'aide un peu, et c'est bon quoi » (Entretien avec Sylvain, 5 décembre 2019).

7.4.2. Maintenir « un truc qui vivote », Romain et *Le Rouge et le Noir*

Romain participe à la fondation du *Rouge et le Noir* en 2011, en compagnie de quatre autres jeunes hommes. À ce moment, il est engagé dans plusieurs associations caritatives dont il a participé à la création. Il a de plus accumulé quelques expériences d'écriture auprès de sites et blogs engagés. L'ambition poursuivie par les cinq jeunes hommes à travers la « gazette en ligne » est de proposer en ligne un espace permettant la rencontre de deux tendances distinctes du catholicisme conservateur, « le camp abbé Grosjean [et] le camp Civitas ». Il s'agit de les encourager au dialogue, à l'heure où les espaces physiques et numériques dédiés étaient inexistantes, avec pour finalité de faire émerger une « doctrine » leur permettant de dépasser leurs divergences. Le contexte est en outre propice à l'émergence d'un espace de ce type : mon enquêté me mentionne des « affaires de blasphème et de sacrilège » qui occupent les esprits à cette période, parmi lesquelles l'œuvre « Piss Christ » exposée à Avignon³⁹³.

« Ce qui va faire que le Rouge et le Noir va être le porte-parole de cette jeunesse-là, très vite. D'autant plus que comme on est un site collectif, on est le seul lieu sur Internet sur lequel les deux avis s'expriment et se répondent. Parce qu'il va y avoir deux camps qui vont se dessiner dans

³⁹³ La photographie, qui date de 1987, représente un crucifix plongé dans un liquide opaque, vraisemblablement constitué d'un mélange de sang et d'urine. Son exposition à Avignon avait motivé la mobilisation de deux associations d'extrême droite : Civitas et l'Agrif (Alliance générale contre le racisme et pour le respect de l'identité française et chrétienne). La protestation bénéficie d'une exposition nationale du fait de la mobilisation d'élus UMP et de l'organisation d'une manifestation dans les rues d'Avignon en avril 2011. Le même mois, l'œuvre est dégradée par des protestataires, sympathisants du Renouveau français. Ils sont condamnés à ce titre en 2017.

la jeunesse catholique, disons de droite – je dis de droite par facilité, pour que vous voyez sociologiquement... la jeunesse catholique conservatrice : le camp abbé Grosjean, qui disait en gros “oui, le Christ a déjà tout souffert, on n’ajoute rien à ses souffrances, ça ne sert rien de manifester, parce que le mal a déjà été fait il y a deux-mille ans, et on en a déjà été sauvés” ; et il y avait le camp Civitas, qui de son côté était “il faut rétablir le règne social de notre Seigneur Jésus Christ. Il faut que le Christ règne sur la France, et donc on ne peut pas laisser les gens blasphémer et commettre des sacrilèges”. Par ailleurs, ce sont deux choses qui sont justes théologiquement. C’est deux opinions qui sont valables théologiquement, l’une comme l’autre. Simplement, elles sont partielles, mais précisément, elles méritaient d’être confrontées l’une à l’autre pour essayer de dégager une doctrine qui soit plus juste, plus complète, parce qu’elle arriverait à appréhender ces deux camps. Et donc, c’est ce qu’on a essayé de faire à l’époque (il rit) je ne pense pas qu’on ait réussi d’ailleurs, parce que c’était vraiment un sujet trop compliqué » (Entretien avec Romain, 27 avril 2021).

En 2012, *Le Rouge et le Noir* est le témoin de la structuration des mouvements de contestation à l’ouverture du mariage aux couples homosexuels. Ces derniers commencent en effet à se mettre en place dès l’élection de François Hollande, et Frigide Barjot invite Romain à suivre les préparations.

« Quand les manifestations commencent [le site est le seul] qui fait les manifs sur le terrain et qui se constitue comme un collectif. Et qui, en plus, a accès aux informations des différentes associations qui constituent le collectif [la Manif pour Tous] » (Entretien avec Romain, 27 avril 2021).

Les mois qui suivent sont présentés comme marqués par une certaine « frénésie » : le rythme de production est important pour des acteurs suivant parallèlement des études et ayant des engagements variés. L’engagement est ainsi vécu comme total, tout entier au service de la mobilisation³⁹⁴. Dans le même temps, la préoccupation nouvelle pour l’actualité conduit à une modification dans la ligne éditoriale adoptée par le site : l’information y trouve une place plus importante. Les trois premières années du site sont alors présentées comme « épuisantes », d’autant qu’elles

³⁹⁴ « Mais on était dans une telle frénésie aussi, de mars à mai 2013. Je pense qu’à l’époque, je dors deux heures par nuit ! Parce qu’on est vraiment à tous les postes : on fait partie des gens qui préparent les manifs, qui les organisent, ensuite... Une journée lambda, c’est ça : on va à une réunion pour organiser une manif, la préparer, mobiliser des gens – une manif ou un happening, hein – ensuite, on a une autre réunion pour réfléchir à un article ou un dossier, ensuite on va à la manif, il faut la couvrir. Après la manif, il faut aller parler avec les autres acteurs, les journalistes présents, les policiers, pour essayer d’avoir des infos. Ensuite, on rentre chez soi, il faut écrire l’article. Voire en écrire un autre, parce qu’on avait aussi prévu de parler de tel autre sujet. Donc on se couche à 3h ou 4h du matin, et on met le réveil à 6h, parce qu’il faut que notre article soit sorti le premier le lendemain, parce que sinon, comme il va y avoir 15 fois le même article, si on n’est pas le premier à le sortir, le nôtre ne marchera pas. Enfin bon, on est aussi dans une frénésie qui est expliquée par le fait qu’on avait mille idées à la minute, d’engagements, de rubriques, de sujets à traiter » (Entretien avec Romain, 27 avril 2021).

correspondent aux premiers départs parmi les fondateurs. L'enjeu, une fois passée cette période, est alors de pérenniser le site en passant la main, tout en recentrant le site sur son activité originelle. De nouveaux rédacteurs en chef sont nommés. Ceux-ci ne vont cependant pas « [réussir] à autant motiver les gens, à la fois pour rester et pour écrire ». Le recentrage sur la prétention première du site aboutit à sortir du commentaire sur l'actualité pour privilégier des formats répondant à l'objectif d'une nouvelle production doctrinale : dossiers et entretiens. En « ne [cherchant plus] à faire du chiffre pour du chiffre », le site perd aussi en visibilité.

Dix ans après sa création, *Le Rouge et le Noir* a vu se désengager trois de ses fondateurs, deux d'entre eux étant notamment entrés dans les ordres. De fait, Romain est celui qui reste le plus impliqué auprès de la « gazette en ligne », son implication dans le milieu associatif et militant à travers son statut d'entrepreneur lui accordant le temps nécessaire au suivi du site. Interrogé sur son rôle, sa réponse montre qu'il assume un rôle de « manager », nommant le rédacteur en chef, participant au recrutement des nouveaux contributeurs, gérant les éventuels conflits au sein de l'équipe et supervisant le développement des nouveaux projets. Son activité d'écriture est cependant quasi nulle : s'il déclare avoir rédigé près de 120 articles, et plus de 400 brèves pour le site depuis sa création, il n'écrirait qu'un article par an depuis 2017.

« Aujourd'hui, vous êtes un peu en retrait, mais en quoi consiste votre engagement pour le site ?

Et bien, du coup, c'est toujours moi qui nomme le rédacteur en chef, qui fixe la ligne globale pour l'année... Et puis on vient me chercher à chaque fois qu'il y a un problème, en gros.

Ce sont des problèmes de quelle nature ?

Soit un problème humain. Soit un problème éditorial. Mais c'est aussi moi qui suis vraiment responsable du recrutement. C'est-à-dire que c'est moi qui décide si oui ou non telle personne peut devenir rédactrice chez nous. Et c'est moi qui nomme le rédacteur en chef. Et c'est moi qui du coup règle les problèmes humains. Je suis encore un peu, si on veut, et même si je n'aime pas le mot, le manager de cette équipe quoi. C'est un peu moi qui l'anime, qui maintient les gens ensemble, et qui, quand il y a un problème humain, le règle. Et de temps en temps, il y a des problèmes éditoriaux... à chaque fois qu'il y a un article qui pourrait poser problème – soit un problème par rapport à notre ligne, soit un problème par rapport à la loi, parce que c'est arrivé aussi, des propos qui pourraient hâtivement être qualifiés de racistes... C'est arrivé sur le site donc là, il faut intervenir, et dire “non, on ne veut pas que ça apparaisse”. Ou un propos homophobe par exemple, “et bien non, cela

on ne peut pas le dire, tu supprimes” » (Entretien avec Romain, 27 avril 2021).

Après un pic d'activité lors des années 2013-2015, lié à un contexte de mobilisations justifiant une importante production éditoriale et motivant un nombre important d'internautes à fréquenter le site, *Le Rouge et le Noir* connaît donc une activité moindre. Le site a aujourd'hui recours à moins de plumes que par le passé, et les visiteurs sont eux-mêmes moins nombreux qu'ils avaient pu l'être précédemment. Le vocabulaire employé par Romain laisse par ailleurs entrevoir une certaine désillusion et un certain fatalisme. C'est ainsi qu'à deux reprises, il me mentionne que le site est engagé dans une « mort lente ».

« Voilà, aujourd'hui, le Rouge et le Noir ne vit plus que par l'estime que lui accordent les gens de ce milieu-là, parce qu'ils ont un souvenir nostalgique, parce qu'ils se souviennent que ça a été quelque chose d'un peu grand qui a eu du succès. Et qu'ils savent aussi que rien sur Internet n'est éternel, et qu'ils sont certainement voués à la même mort lente et douloureuse que nous, dans quelques années » (Entretien avec Romain, 27 avril 2021).

De ses propres mots, « *Le Rouge et le Noir*, c'est un truc qui vivote ». Si la volonté de contribuer à une élaboration doctrinale pour les jeunes catholiques français est toujours présente, la « frénésie » des années précédentes est bien passée :

« on continue, hein, on est toujours sur la même ligne [...] mais on le fait plus mollement. Parce qu'on continue, mais très doucement » (Entretien avec Romain, 27 avril 2021).

Aussi, le cas de Romain illustre une forme singulière de désengagement. Ce qu'il me présente comme un retrait correspond en réalité à un détournement de l'écriture pour assurer l'ensemble des fonctions managériales qui étaient précédemment gérées de manière collégiale avec les autres co-fondateurs. L'encadrement des équipes lui demande de fait un temps conséquent : outre la réunion mensuelle avec l'équipe, il insiste sur le temps que demande le recrutement et la formation des nouveaux contributeurs. De fait, la carrière médiactiviste de Romain est étroitement liée à la trajectoire organisationnelle de *Le Rouge et le Noir*. Si l'engagement est vécu sous le signe du retrait, c'est en premier lieu parce que l'activité et l'influence du site décroissent.

Ce chapitre a donc été l'occasion de revenir sur les médiactivistes, en n'interrogeant pas tant leurs propriétés sociales que le cheminement qui les amène à participer au monde de la réinformation. À cette fin, je me suis appuyé sur la notion de « carrière médiactiviste », un objet construit comme la rencontre des carrières dans les mondes de l'information et des carrières militantes. Cette perspective invite à considérer le médiactivisme comme une « activité sociale individuelle et dynamique » (Fillieule, 2001, p. 200) et à interroger les dynamiques qui président à l'entrée dans le monde de la réinformation, au maintien en son sein, ainsi qu'aux sorties et défections.

Le monde de la réinformation apparaît comme relativement ouvert : la validation d'un cursus spécialisé en journalisme n'apparaît pas comme un préalable à l'entrée dans les contre-médias. Les expériences médiatiques préalables ne semblent pas non plus nécessaires : les médiactivistes apprennent essentiellement en faisant, par itération. L'exemple du *Rouge et le Noir*, présenté par son cofondateur comme une « école de formation » à destination illustre parfaitement ce point.

Deux facteurs encourageant l'entrée sur le territoire médiactiviste ont cependant été identifiés. Le premier est une socialisation politique à droite ou à l'extrême droite, dans le cadre familial, ainsi qu'à travers l'adhésion à des partis ou des syndicats étudiants. Les effets de ces différentes instances de socialisation doivent bien être évalués pour chacun des enquêtés. Le second facteur correspond à l'ensemble des relations sociales facilitant la prise de contact avec les responsables des contre-médias.

L'existence de rétributions du médiactivisme, répondant à des logiques analogues à celles observées dans l'étude du militantisme (Gaxie, 1977, 2005), permet d'éclairer les dynamiques à l'œuvre favorisant le maintien de cette activité. J'ai identifié trois principaux types de rétribution dont l'importance doit à chaque fois être appréciée en relation avec la position occupée par les acteurs, dans un contexte donné. Les rétributions matérielles concernent la fraction des médiactivistes tirant un revenu de leur production éditoriale. Elles permettent de *vivre par et pour le médiactivisme, mais encore de vivre tout court*, « d'assurer l'avenir », pour paraphraser Daniel Gaxie. Les rétributions symboliques vont, elles, concerner l'ensemble des médiactivistes. La réinformation formant un territoire affinitaire, ces rétributions symboliques consistent en premier lieu dans les liens, notamment amicaux, qui se

développent entre les médiactivistes. En second lieu, l'accès à des positions hiérarchiques au sein des contre-médias, et aux responsabilités afférentes, constituent, elles aussi, une rétribution.

J'ai mis au jour certaines des logiques qui président aux dynamiques de désengagement. Ce point nécessiterait cependant des développements plus extensifs. À cet égard, un travail sur les médiactivistes ayant participé au Bulletin de réinformation de *Radio Courtoisie* pourrait se révéler particulièrement intéressant. En une quinzaine d'années, l'émission a en effet bénéficié de l'appui de plusieurs jeunes hommes et jeunes femmes, alors étudiants, qui se sont depuis dirigés vers d'autres mondes sociaux. La réalisation d'entretiens avec eux permettrait d'identifier la manière dont cette expérience est valorisée dans ces autres mondes, ainsi que les éventuels liens que ces acteurs maintiennent avec les médiactivistes.

CHAPITRE 8. LE CONTRE-DISOURS DE REINFORMATION, ENTRE SUBORDINATION AU *MAINSTREAM* ET DISTINCTION

Ce dernier chapitre a pour objet d'ouvrir des perspectives dans l'analyse des contre-discours sur l'actualité produits par les médiactivistes de réinformation. Il s'agit donc de prolonger les travaux qui ont cherché à qualifier et caractériser les productions discursives des acteurs qui participent à ce monde. La faible autonomie de la production de contre-discours a déjà été soulignée, qu'il s'agisse d'insister sur la dépendance des contre-médias à l'égard du *mainstream* (Lukasik, 2018) ou sur les transferts à l'œuvre entre sites de réinformation (Jammet et Guidi, 2017). La rhétorique de ces sites a aussi fait l'objet d'analyses. Dans son étude de *Riposte laïque*, Marc Jacquemain insiste ainsi sur la « pratique de l'insulte et de la dénonciation personnelle, [l']amalgame systématique, [l']appel à la haine et à la violence [ainsi que l'] utilisation d'une iconographie stigmatisante, le tout sur fond [...] d'une théorisation largement conspirationniste » (2015, p. 189). Le constat d'une rupture avec les conventions qui régissent d'ordinaire les discours dans l'espace public est prolongé par Per-Erik Nilsson (2021), qui invite à considérer l'ensemble des stratégies de communication de l'extrême droite ayant pour objet de lancer le discrédit sur l'adversaire et ses idées, et recourant à cette fin sur l'implicite et l'ambigu.

L'étude des contre-discours sur l'actualité ici entreprise commande de choisir parmi les deux options suivantes. La première consiste à définir une thématique pendant une période de temps et à observer comment celle-ci est traitée par différents contre-médias, en prenant compte des convergences et des différences qui apparaissent alors, notamment entre acteurs appartenant aux différentes classes que l'analyse de réseau a permis de révéler (Chapitre 2). La seconde consiste plutôt à embrasser un nombre de thématiques plus large tout en restreignant le nombre d'acteurs observés : il s'agit alors de suivre la production d'un contre-média pendant une période définie. C'est cette seconde perspective que j'ai privilégiée, en ayant bien conscience que l'organisation retenue doit avoir une production qui, à défaut d'être représentative du monde de la réinformation, en est au moins significative.

C'est à ce titre que j'ai choisi de concentrer l'analyse sur les productions de *TV Libertés*. Plusieurs éléments président à cette décision. Alors même qu'elle relevait encore du projet, la web-TV a impliqué des acteurs issus de différentes tendances des droites et extrêmes droites françaises. Son site bénéficie par ailleurs d'une forte centralité sur le territoire de la réinformation (Chapitre 2), et j'ai pu constater au cours de mes observations que plusieurs de ses productions sont reprises sur des sites et blogs de moindre importance. J'ai aussi souligné que la web-TV appartient au segment professionnel du monde la réinformation (Chapitre 5). Les médiactivistes de sa rédaction³⁹⁵ et les techniciens sont en effet rémunérés au titre de leur implication. En conséquence, j'ai la garantie d'observer une production stable sur la période choisie, quand elle est contingente pour les contre-médias animés par des bénévoles. J'ai de surcroît réalisé des entretiens avec plusieurs membres de la rédaction, me permettant d'appréhender la manière dont le travail s'y organise quotidiennement, ainsi que les contraintes rencontrées dans ce cadre. Finalement, cette décision résulte de la volonté d'inclure des productions audiovisuelles à l'analyse, alors que les études portant sur la réinformation se concentrent pour le moment sur des textes, et plus marginalement sur des images fixes.

La production quotidienne d'un programme audiovisuel d'actualités dans le monde de la réinformation

Les entretiens avec Élise, Olivier et Martial Bild sont exploités dans ce chapitre en ce qu'ils permettent de comprendre les contraintes qui pèsent sur la rédaction de *TV Libertés*. Ils ont aussi été l'occasion de revenir sur les routines de travail qui entourent la réalisation du Journal, tous les jours de la semaine.

Au moment des entretiens, en 2019, l'équipe travaillant sur le Journal est réduite : ils sont quatre à prendre en charge la mise en mots quotidienne de l'actualité. Le générique de fin de Journal faisait apparaître 14 noms au moment de la période de constitution du corpus, auxquels sont associées certaines fonctions³⁹⁶ (rédaction ; réalisation ; prise d'images ; production ; dessin ; *etc.*).

³⁹⁵ Les médiactivistes impliqués auprès des émissions ne dépendant pas de la rédaction sont eux des bénévoles.

³⁹⁶ Ces chiffres sont particulièrement peu importants eu égard aux standards de l'audiovisuel pour produire des journaux télévisés. Comme l'écrit Jean-Jacques Jaspers : « Au total, entre 50 et 100 professionnels environ (selon les chaînes) travaillent chaque jour à la réalisation de chacune des éditions du j.t. : chef de rédaction, rédacteurs en chef, chefs d'édition, présentateurs, journalistes de *desk* ou reporters, assistants de production, assistants de réalisation, documentalistes, *etc.* La chaîne met en outre à la disposition de la rédaction des cadreur ou des j.r.i., des opérateurs du son (cette fonction se voit supprimée dans un grand nombre de reportages d'actualité), des monteurs vidéo, des sonorisateurs, des infographistes, plus

Chaque matin, le rédacteur en chef (Élise du lundi au mercredi) ou son adjoint (Olivier, le jeudi et le vendredi) mettent en forme une revue de presse sur un fichier Google Docs auquel chacun peut accéder depuis son domicile. Cette revue de presse donne lieu à une sélection des sujets appelés à être couverts dans l'édition du soir. À 9h30, ceux-ci sont répartis entre les membres de l'équipe, en fonction des appétences de chacun, qui sont relativement fixes et connues³⁹⁷.

Chacun rédige ensuite son texte, qui est relu par un collègue, généralement en fonction d'un principe hiérarchique. Une fois le texte validé par leurs pairs, les médiactivistes procèdent à son enregistrement (*mise en mots*). Celui-ci doit avoir lieu avant 15h30, pour que les sujets soient montés en vue de l'enregistrement du Journal (*mise en images*). Le Journal est ensuite enregistré en fin d'après-midi, pour être publié en début de soirée, sur le site de la web-TV ainsi que sur les plateformes de partage de vidéo YouTube et Dailymotion.

L'activité quotidienne des médiactivistes est relativement sédentaire et s'apparente ainsi à du « journalisme de desk » : les sorties *sur le terrain* sont peu fréquentes pour mes enquêtes³⁹⁸, d'autant que *TV Libertés* recourt en réalité le plus fréquemment à des prestataires dans ce cadre, comme l'illustre l'exemple de Sylvain (Chapitre 7), qui conserve un lien avec la web-TV à travers la couverture ponctuelle d'évènements.

L'analyse des contre-discours sur l'actualité que je propose ici s'inspire de l'approche de Jean-Pierre Esquenazi (2014). Pour ce dernier, il importe de considérer les discours d'information comme des produits, à la rencontre d'une offre et d'une demande singulière. Dans cette perspective, l'enjeu de l'analyse des discours produits par les médias est de les appréhender comme le produit d'un ensemble de contraintes, internes (organisation, hiérarchie, routines et habitudes de travail) et externes (position dans un espace médiatique concurrentiel). Aussi une sociologie du discours médiatique a-t-elle pour objet de comprendre l'impact de ses conditions de production sur sa forme, sa structuration et son contenu. Il s'agit

une équipe de studio où l'on retrouve réalisateur, scripte, chef de plateau, maquilleuses, cadres, ingénieurs de la vision, directeur photo, électriciens, ingénieurs du son et mélangeurs d'image » (2009, p. 22).

³⁹⁷ « Donc, politique-politique on va dire, c'est plutôt moi de manière générale. Sécurité, c'est plutôt moi de manière générale. Santé, c'est uniquement moi, ou presque. Ou sinon, je repasse derrière de toute façon. Thibault va aussi pouvoir faire sécurité, criminalité, et compagnie. International, ça va être Olivier en priorité, ou moi. Enfin voilà, on a tous nos domaines, et de compétences, et d'attirances, on va dire, qui font que c'est assez naturel en fait la répartition » (Entretien avec Élise, 7 mai 2019).

³⁹⁸ Interrogé à ce sujet, Olivier me déclare *sortir* une quinzaine de fois tous les ans, quand les déplacements sur le terrain étaient beaucoup plus fréquents lors de ses débuts sur la chaîne : « Ah, moi, je sors beaucoup moins, je sors une quinzaine de fois dans l'année. Non, je sors vraiment... [Initialement,] c'était plus, oui, trois-quatre fois par mois. Si, si, c'était beaucoup plus souvent. Je faisais beaucoup de micro-trottoir, je faisais ça de manière plutôt impertinente, on s'amusait bien. Et là, je fais moins, parce qu'en plus, vu que je dirige le Journal je peux pas. Parce que je dois être sur place pour vérifier que les trucs sont faits. Parce qu'il y a la technique aussi qui traite les images, les trucs. Il y a vraiment un travail de suivi quoi » (Entretien avec Olivier, 19 septembre 2019).

ensuite de souligner la manière dont le discours médiatique peut susciter différentes interprétations.

8.1. Le Journal : un dispositif inspiré des conventions *mainstream*

Les dispositifs renvoient, chez Jean-Pierre Esquenazi, aux « configurations qui ordonnent le temps et l'espace médiatique » (2014, p. 20-21). Ils forment les trames à l'intérieur desquelles sont déployés les discours sur l'actualité. L'adoption d'un dispositif donné est ainsi un objet de conformité, permettant de s'inscrire pleinement dans un genre médiatique donné, mais aussi un objet de distinction, permettant d'imposer une *image de marque* à une production médiatique. Le dispositif du Journal de *TV Libertés* s'appuie sur les conventions esthétiques qui sont celles des JT des chaînes *mainstream*. Il adhère à ces dernières, bien plus qu'il ne les conteste (Figure 19). C'est d'ailleurs ce que me confirme Martial Bild lors de notre entretien,

« Donc la forme, nous n'avions qu'une contrainte, c'était d'être au mieux, et au plus proches de ce que sont les standards que les Français apprécient. Or aujourd'hui, les Français ils regardent majoritairement des journaux télévisés – quand ils les regardent encore – qui sont (hésitations) beaux. Beaux. C'est vers cela que nous voulions tendre, et parce que nous voulions aussi ne pas être seulement une chaîne YouTube comme une autre et être au-delà de cela » (Entretien avec Martial Bild, 8 avril 2019).

Comme dans le cas des programmes d'informations *mainstream*, le Journal commence par un générique figurant le monde – ici, un globe en rotation, écho des ambitions qui sont celles des journaux télévisés : informer les téléspectateurs des événements du monde, en étant au plus proche de ces derniers. Ce générique est accompagné d'une musique, sorte de top-horaire ponctué de cordes. Les sujets sont ensuite annoncés par le médiactiviste en plateau. Comme dans les journaux télévisés *mainstream*, ce dernier a par ailleurs le regard tourné en direction du téléspectateur, l'énonciation « les yeux dans les yeux » étant l'artifice communément employé dans ce type de programme pour défictionnaliser le discours (Veron, 1986). Les sujets principaux – généralement au nombre de trois – s'enchaînent ensuite de manière conforme aux conventions qui régissent le genre : le médiactiviste en plateau le présente, face à la caméra, en annonçant le plus souvent celui ou celle qui en a eu la responsabilité au sein de la rédaction de *TV Libertés* ; puis suit le reportage, qui fait

appel à une voix off. Un court générique et un retour en plateau marquent le passage à l'actualité suivante. Ces trois sujets sont suivis par un segment plus rapide, « L'Actu en bref », qui aborde généralement cinq ou six thématiques, de manière plus rapide et sans retour en plateau. Ces deux niveaux de présentation des sujets permettent d'affirmer la hiérarchisation de l'information. Passée la diffusion des sujets et des brèves, le médiactiviste en plateau annonce les programmes proposés par la web-TV, et quelques extraits de ces derniers sont diffusés. Le Journal s'achève finalement par la diffusion d'un générique de fin exposant les identités et les rôles de ceux impliqués dans sa réalisation.



Figure 19 : Le Journal de TV Libertés reprend les conventions esthétiques du genre (captures du Journal du 14 septembre 2020)

Ainsi organisé, le Journal affiche une durée moyenne d'une petite vingtaine de minutes. Il est ainsi moitié moins long que les JT proposés par TF1 ou France 2 (Jespers, 2009). Les sujets ont une durée moyenne de 4 minutes et 3 secondes, quand les brèves sont bien plus courtes (Tableau 18). La durée moyenne des unités d'information³⁹⁹ sur le mois est d'une minute et cinquante-deux secondes. Elle est ainsi légèrement supérieure aux constats de l'Institut national de l'audiovisuel

³⁹⁹ Je désigne par cette expression l'ensemble formé par les sujets et les brèves.

relatifs à la durée moyenne des sujets dans les journaux télévisés des principales chaînes de la TNT (INA Stat, 2015).

Sujets			Brèves		
Min	Max	Moyenne	Min	Max	Moyenne
01 :30	06 :59	04 :03	00 :21	01 :22	00 :36

Tableau 18 : Durée des sujets du Journal de TV Libertés, par catégorie d'unité d'information

L'alignement du Journal de *TV Libertés* avec les standards qui dominent le *mainstream* dépasse par ailleurs les seules considérations esthétiques. C'est ainsi en début de soirée, les jours de semaine, que sont publiés les Journaux, c'est-à-dire au moment où les principales chaînes de télévision proposent elles-mêmes leurs journaux télévisés et autres émissions consacrées à l'actualité.

« C'est vrai que on l'a mis notre Journal télévisé à 19h pour qu'il vienne en confrontation, à son petit niveau... petit niveau, tout petit caillou dans la botte de l'ogre... à son petit niveau en confrontation avec le journal puissant que les chaînes publiques ou pas publiques vont diffuser. Tout petit caillou, je n'ai aucune prétention, bien évidemment. [...]. Que vous ne vous disiez pas "le fou, il met TVLibertés face à TF1"... Non, je n'ai pas cette prétention-là. Mais l'idée, c'est de se mettre en situation de, pour un jour... un jour... » (Entretien avec Martial Bild, 8 avril 2019).

8.2. Quatre semaines d'actualité sur *TV Libertés*

Tout média procède à une première action dans son offre d'actualité en « [établissant] les régions de la réalité dont il veut rendre compte » (Esquenazi, 2014, p. 51). Le travail médiatique consiste ainsi en de multiples opérations de sélection, visant à choisir parmi les occurrences celles dont on estime qu'elles présentent un intérêt pour le lecteur, l'auditeur ou le téléspectateur, et à écarter les autres. Ainsi, les médias « délaissent des pans de l'expérience et refusent de s'en faire les témoins » (Esquenazi, 2014, p. 51) dans le même temps qu'ils accordent une partie de leur espace éditorial à quelques-uns de ces pans. C'est ainsi que l'interrogation relative aux thématiques traitées par le Journal apparaît pertinente. Quelles sont les expériences que les médiactivistes décident de construire en nouvelles ? Celles-ci marquent-elles une rupture nette avec le *mainstream* ?

Afin d'aborder de manière thématique l'ensemble des sujets traités à l'occasion des Journaux qui composent le corpus, j'ai souhaité mettre en place une catégorisation

s’inspirant de celle de l’Institut national de l’audiovisuel dans son baromètre de suivi de l’audiovisuel. La typologie de l’INA Stat s’appuie ainsi sur 14 rubriques⁴⁰⁰. Chaque sujet y est automatiquement indexé, les mots-clés servant de descripteurs étant eux-mêmes renvoyés à un thésaurus facilitant la classification. Par-delà le fait qu’un tel outil n’est pas à ma disposition, deux problèmes apparaissent ici. Tout d’abord, l’ensemble des unités d’information ici étudiées ne se voient pas assigner des descripteurs. Ainsi, si les sujets sont introduits par une courte formule de présentation de quelques phrases, que l’on retrouve retranscrite sur le site de la web-TV, ce n’est pas le cas des sujets relevant de l’Actualité en bref. La seconde difficulté rencontrée relève de l’assignation des différents sujets à une catégorie univoque, quand les descriptions renvoient elles-mêmes à différentes thématiques. En témoigne l’exemple suivant. La première partie, renvoyant à Jean Castex et Emmanuel Macron pourrait indiquer que le sujet correspond à la thématique « Politique française ». Dans le même temps, l’interrogation relative aux éventuelles mutations du virus du Covid-19 s’insère, elle, dans la catégorie « Santé ». La catégorisation apparaît donc problématique, alors que l’intérêt d’une telle entreprise de thématisation est évidemment de classer chaque sujet dans une seule catégorie. De la même manière, certains cadrages semblent incompatibles avec les thématiques telles qu’elles sont définies par l’INA, à l’image du sujet consacré à la personne de Didier Raoult⁴⁰¹.

« À la Une de ce journal, le point sur le coronavirus. Entre la quarantaine de Jean Castex et les problèmes de masques du président Macron, où en est l’évolution du Covid-19 ? Le virus a-t-il muté ? Quelles conséquences ? Nous ferons le point sur ce que l’on sait dans cette édition⁴⁰² ».

Aussi la classification thématique entreprise est tributaire de ces limites, dont résultent quelques choix. Le premier est de traiter le méta-sujet (Rebillard, Fackler *et al.*, 2012) représenté par la crise du Covid-19 et sa gestion, par la France et par l’Union européenne, comme une catégorie à part entière. Par ailleurs, la couverture

⁴⁰⁰ Catastrophe ; culture-loisir ; économie ; éducation ; environnement ; faits-divers ; histoire-hommage ; international ; justice ; politique française ; santé ; sciences et techniques ; société et sport.

⁴⁰¹ TV Libertés, « Covid-19 : Didier Raoult, la cible du système ? », *TV Libertés*, 3 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-didier-raoult-la-cible-du-systeme-jt-du-jeudi-3-septembre-2020>. Le premier sujet est ainsi introduit dans ces termes : « Au programme, le bras de fer continu pour le professeur Didier Raoult. Après une passe d’armes avec le directeur des hôpitaux de Paris, l’infectiologue marseillais est désormais visé par une plainte auprès de l’Ordre des médecins. L’occasion de faire un retour sur ce personnage haut en couleur ».

⁴⁰² TV Libertés, « Covid-19 : le gouvernement s’étouffe », *TV Libertés*, 9 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-le-gouvernement-setouffe-jt-du-mercredi-9-septembre-2020>.

des manifestations des Gilets jaunes relève dans ma classification de la « Politique française » et non de la catégorie « Société » du fait du cadrage qui est alors privilégié : les logiques de confrontation avec le pouvoir politique sont alors préférées aux sujets mettant l'accent sur les conditions d'existence des manifestants et leurs motivations. La catégorie « Politique française » compte aussi deux sujets relevant d'actualités très spécifiques auxquelles je consacrerai quelques développements, puisqu'elles correspondent à des *informations communautaires* consacrées à l'actualité de l'extrême droite : principalement le congrès de l'Institut Iliade, *think-tank* identitaire et la célébration des dix ans de la Ligue du Midi. Pour les sujets relevant de l'Actualité en bref, la classification a été opérée sur la base d'une prise de note au moment du visionnage, ayant pour objet de pallier l'absence de description fournie par les médiactivistes.

Trois thématiques dominent les sujets abordés à l'occasion du Journal pendant les quatre semaines (Figure 20) : le Covid, l'actualité internationale et la politique française. L'importance du sujet du Covid dans le corpus est le reflet de l'importante attention médiatique qui a été donnée à l'épidémie, les sujets associés à cette question ayant représenté un tiers de l'offre d'informations télévisées sur le troisième semestre de l'année 2020 (INA Stat, 2021). Un quart environ de l'espace éditorial est consacré au méta-sujet sur la période.

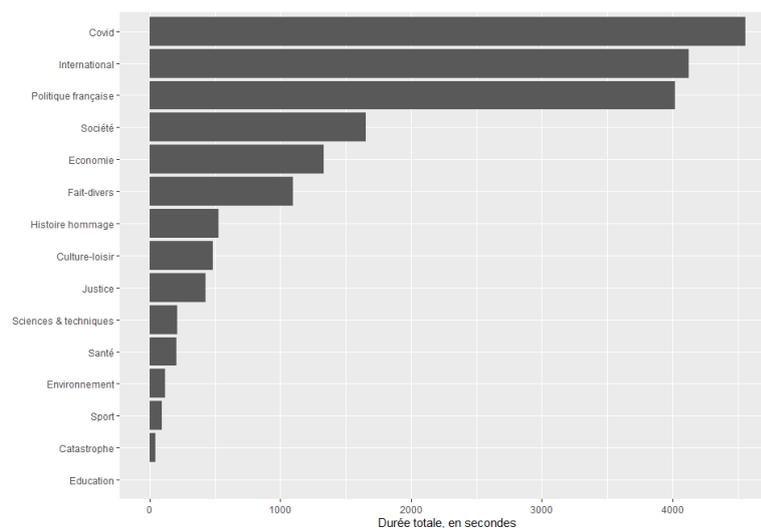


Figure 20 : Temps alloué aux différentes thématiques sur les 4 semaines du corpus, en secondes

La comparaison avec les données agrégées des différents journaux télévisés sur le mois de septembre 2020 (INA Stat, 2021) permet de comparer la sélection des sujets

de la web-TV avec celle qui primait au sein des médias *mainstream*. Au niveau de la catégorie consacrée à l'actualité internationale, les médias conventionnels développaient prioritairement trois sous-thématiques : la campagne présidentielle américaine, les manifestations d'opposition à Alexandre Loukachenko en Biélorussie et l'incendie du camp de réfugiés de Moria, en Grèce. À ces trois égards, il est possible de noter des différences. Quelques développements sont consacrés à la campagne présidentielle étasunienne, mais ceux-ci sont rapides, relevant des Actualités en bref (par exemple, la publication de l'ouvrage de Bob Woodward sur le président Donald Trump, le 23 septembre). Les sujets les plus étayés sur le pays traitent en réalité des revendications d'organisations afrodescendantes⁴⁰³. Les manifestations biélorusses ne font pas l'objet de développements sur la période. L'incendie du camp de Moria ne donne lieu qu'à une brève⁴⁰⁴. J'observe dans le même temps qu'une place importante est donnée à l'actualité des pays d'Europe de l'Est. Celle-ci fait en effet l'objet de trois sujets : le premier consacré aux revendications des « lobbys LGBT » en Pologne, le deuxième aux mobilisations d'opposition aux mesures sanitaires en Hongrie et le dernier aux tensions à l'œuvre entre l'Union européenne et le gouvernement polonais. La focale mise sur cette zone géographique trouve son explication dans les relations qu'entretient *TV Libertés* avec les médiactivistes du *Visegrád Post*, qui réalisent ces sujets et interviennent en qualité d'experts de la région, et sur lesquelles je reviens plus bas.

La thématique de la Politique française est, elle, notamment développée à travers l'actualité partisane, alors que plusieurs partis organisent leurs congrès et universités d'été, couverts par les journaux télévisés des principales chaînes de la TNT. La catégorie comprend aussi l'application de nouvelles politiques telles que l'adoption d'un plan de relance économique, les prises de position du gouvernement ou encore les manifestations des Gilets jaunes. Les *sujets communautaires*, traitant de l'actualité des extrêmes droites ne représentent qu'une fraction de la thématique, avec deux sujets et une brève.

⁴⁰³ Deux sujets y sont consacrés à l'occasion des Journaux des 10 et 11 septembre 2020, représentant une durée totale de 10 minutes 23 secondes. Le premier traite de l'opportunité du versement d'une compensation financière pour les descendants d'esclaves, quand le second porte sur une milice armée composée d'afro-descendants et cherchant à se distinguer du pacifisme promu par le mouvement Black Lives Matter : la NFAC.

⁴⁰⁴ TV Libertés, « Covid-19 : le gouvernement s'étouffe », *TV Libertés*, 9 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-le-gouvernement-setouffe-jt-du-mercredi-9-septembre-2020>. Il convient cependant de noter qu'une deuxième brève mentionne l'incendie du camp, mais le cadrage privilégie alors de mettre l'accent sur l'accueil prochain d'une centaine de réfugiés venus de Moria par la France (14 septembre).

Les sujets relevant de la catégorie Société sont relativement ouverts. Il est cependant nécessaire d'observer que deux concernent les questions liées à la procréation, la famille et la bioéthique, en traitant du salon Désir d'enfant organisé à Paris et du nombre d'avortements pratiqués sur l'année 2019 (*voir plus bas*). Il est aussi intéressant de relever que deux sujets ont pour objet d'interroger la permanence de « l'esprit Charlie » et la qualité de la liberté d'expression en France, ceci alors que s'ouvre le procès des attentats de *Charlie Hebdo*. De fait, c'est ce cadrage qui semble dominer, le procès en lui-même ne faisant l'objet que d'un sujet.

Il convient finalement de noter que le sport était une thématique extrêmement présente dans les journaux télévisés des principales chaînes de télévision lors de la période, ceci du fait du Tour de France, qui se déroulait du 29 août au 20 septembre. *A contrario*, la thématique sportive est très peu présente dans le Journal. Deux brèves seulement y sont consacrées, et aucune ne traite de la compétition cycliste : elles concernent la nomination du nouveau président de la Ligue de football professionnel et le record du monde établi par un Français en apnée.

8.3. Voix médiactivistes et voix rapportées

Comme le notent Jean Charon et Sébastien Charlton (2019), le journal télévisé est un objet consistant en un assemblage de voix disparates : celle du présentateur, celles des journalistes, mais aussi des témoins, des interprètes, *etc.* Des voix extérieures aux rédactions, qu'elles aient un statut de voix institutionnelles ou qu'elles portent une parole individuelle sont ainsi fréquemment convoquées, tout à la fois parce qu'elles permettent de crédibiliser l'information, et parce qu'elles permettent d'étoffer le discours journalistique (Jespers, 2009). Aussi, chaque journal télévisé est une *polyphonie* orchestrée, le postulat central étant que chaque locuteur invité à s'exprimer défend une opinion différente, et que leur juxtaposition permet d'aboutir à la *petite musique de l'information*. C'est ce constat qui m'a invité à prendre note de la variété des voix dans les unités d'information du Journal.

Dans les brèves, ce sont essentiellement les voix des médiactivistes qui s'expriment en assurant le *voice over* et la narration, et il est rare que d'autres locuteurs soient appelés à s'exprimer. Pour ce qui est des sujets cependant, deux tiers convoquent la parole de locuteurs extérieurs à la rédaction de la web-TV, aboutissant à une

situation de polyphonie. Deux questions s'imposent dès lors : à qui les médiactivistes donnent-ils la parole pendant la durée d'observation ? Quelle est la place allouée à la *parole institutionnelle* (Charron et Charlton, 2019) dans l'ensemble ?

Sur les quatre semaines, j'ai distingué 56 voix⁴⁰⁵, dont les prises de parole sont plus ou moins étayées (voir Figure 21). Les trois intervenants identifiés se voyant accorder le temps de parole le plus important sont ainsi l'infectiologue Didier Raoult, le médiactiviste du *Visegrád Post* Ferenc Almássy et l'avocat Fabrice Di Vizio⁴⁰⁶. Le premier s'exprime ainsi dans trois *sujets* du Journal, à titre indirect puisque les médiactivistes reprennent des déclarations faites auprès de différentes chaînes d'information en continu (3 septembre), de la chaîne YouTube de l'IHU Méditerranée (3 et 9 septembre), ainsi que de la commission sénatoriale d'enquête sur le Covid-19, alors diffusée sur *Public Sénat* (16 septembre). Le second s'exprime à la fois en qualité de rédacteur en chef du *Visegrád Post* et correspondant en Hongrie de la web-TV. Il intervient ainsi le 2 septembre pour traiter des « revendications des lobbys LGBT » en Pologne et le 14 septembre au sujet des politiques mises en place par le gouvernement hongrois au moment de la seconde vague de la pandémie de Covid-19, ainsi que des mouvements de contestation qui traversent alors le pays. Fabrice Di Vizio ne s'exprime lui que dans un sujet, au format atypique eu égard aux standards de la web-TV : un entretien en visioconférence⁴⁰⁷. Il convient de bien noter que ces données relatives au temps de parole des différents locuteurs ne permettent pas d'apprécier la fréquence avec laquelle leurs voix sont convoquées. À ce titre, c'est Olivier Véran qui domine le classement, ses prises de parole étant reproduites – quand bien même brièvement – dans cinq sujets.

⁴⁰⁵ L'une d'entre elle consiste en une *voix anonyme non identifiée*, représentant les « Français ordinaires ». Je renvoie ici aux prises de parole de passants et d'anonymes à travers les quatre semaines : les deux micros-trottoirs du 4 et 24 septembre, le témoignage d'une parisienne excédée par la politique du logement de la ville dont elle se sent exclue (1^{er} septembre 2020), ainsi que les témoignages, doléances et aspirations de militants anti-masques (31 août 2020) et de gilets-jaunes (14 septembre 2020).

⁴⁰⁶ L'avocat a été membre du Forum des républicains sociaux (FRS) dirigés par Christine Boutin au milieu des années 2000 et en a été le secrétaire national en charge de la justice. La crise du Covid le place dans la lumière des projecteurs médiatiques alors qu'il assure la défense de Didier Raoult et du collectif de soignants C19. À ce titre, il est fréquemment invité sur *TV Libertés* pendant la période, de même qu'il l'est sur l'émission de C8, « Touche pas à mon poste ».

⁴⁰⁷ TV Libertés, « La révolte contre les masques obligatoires », *TV Libertés*, 4 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/la-revolte-contre-les-masques-obligatoires-jt-du-vendredi-4-septembre-2020>.

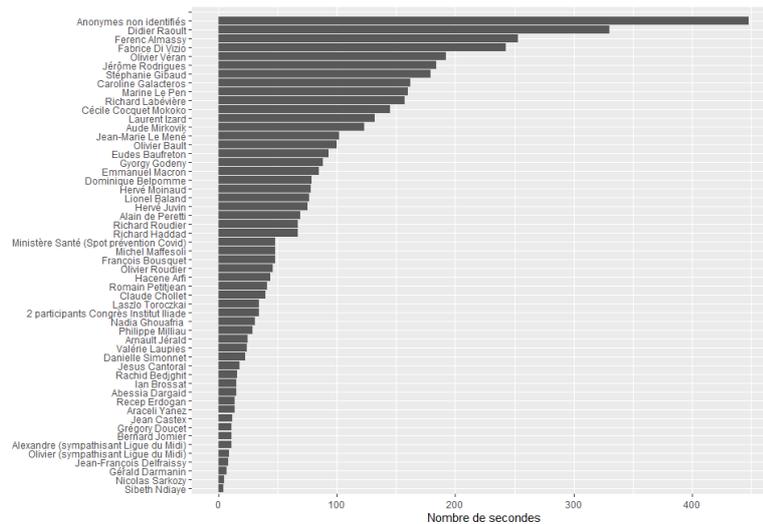


Figure 21 : Distribution du temps de parole des différents locuteurs sur les quatre semaines

Aussi, il est d'ores et déjà intéressant de noter qu'en dépit d'une importante communication gouvernementale sur la période, d'ailleurs relatée par *TV Libertés*, le temps de parole des membres du gouvernement est peu important. Ainsi, les déclarations du président de la République Emmanuel Macron, du Premier ministre Jean Castex, du ministre de l'Intérieur Gérald Darmanin et du ministre de la Santé Olivier Véran ne représentent qu'un total 4 minutes et 56 secondes sur les quatre semaines, soit moins que le temps de parole alloué au seul Didier Raoult.

Le caractère alternatif vanté par les médiactivistes de la chaîne semble donc se manifester ici à travers le choix de donner en premier lieu la parole à des acteurs s'opposant aux politiques alors mises en place par les autorités et la décision d'allouer un temps congru à la *parole institutionnelle*. Dans le contexte de la seconde vague de Covid-19, et alors que le gouvernement impose le port du masque en extérieur, ce sont donc les prises de position de Didier Raoult ou de Fabrice Di Vizio qui vont être privilégiées. De même que le sont les déclarations de Jérôme Rodrigues, porte-parole du mouvement des Gilets jaunes.

Plus largement, le recensement des différents locuteurs sur ces 20 éditions du Journal invite à insister sur l'importance des acteurs représentant des organisations ultra-conservatrices et d'extrême droite. Outre un sujet laissant une place importante aux propos de Marine Le Pen lors de l'université d'été du Rassemblement national⁴⁰⁸ (7 septembre), les représentants de différentes organisations extra-partisanes sont

⁴⁰⁸ Les sujets consacrés aux universités d'été des autres partis ne relaient pas la parole des politiques qui y sont intervenus et y privilégient les commentaires des médiactivistes.

appelés à porter leurs voix auprès du public de la web-TV : Juristes pour l'enfance, Vigilance halal, Contribuables associés ou encore la Fondation Lejeune.

8.4. Éléments d'analyse du discours médiactiviste

Dans son étude des journaux télévisés français, Arnaud Mercier (1996) souligne les multiples difficultés inhérentes à l'analyse d'un tel format audiovisuel : l'appréhension du flux d'image auquel est confronté le téléspectateur, la nécessaire prise en compte de la bande sonore et de l'ensemble des éléments qu'elle contient (depuis le générique jusqu'aux commentaires), ainsi que l'emploi d'images enchâssées les unes dans les autres. Le chercheur note cependant qu'une partie de ces obstacles peut être levée par le constat suivant : la bande-son et les commentaires des journalistes occupent généralement une place plus importante que les images qui ont avant tout une fonction illustrative. Ces dernières « ont le plus souvent une valeur "monstrative", mais très rarement une valeur "dé-monstrative" » (Mercier, 1996, p. 153). Ce postulat nécessite d'être interrogé, alors que la web-TV cherche à se distinguer des productions *mainstream*, tout en s'alignant avec certaines des conventions esthétiques qui régissent le secteur audiovisuel. Aussi, les images sont-elles ici aussi principalement monstratives ? Le constat d'Arnaud Mercier invite dans tous les cas à prêter une attention toute particulière aux commentaires des médiactivistes. Quelques exemples tirés des sujets et brèves permettent de souligner le caractère agonique de la présentation de l'actualité chez ces derniers. À ce titre, j'accorde des développements à trois thématiques abordées pendant le Journal au cours de la période d'observation. Il s'agit à chaque fois de revenir sur les grands traits qui caractérisent le cadrage de ces thématiques. Le retour sur un sujet permet d'observer la manière dont se développe le discours des médiactivistes, à la fois en mots et en images. Le méta-sujet représenté par la crise sanitaire permet tout d'abord d'illustrer la portée polémique des productions médiactivistes. La deuxième thématique concerne les questions liées à la famille et à la bioéthique. Elle permet d'observer le recours à des expertises singulières, ainsi que l'adoption d'un vocabulaire marquant l'engagement des médiactivistes. La troisième concerne l'*actualité communautaire*, avec deux sujets et une brève consacrés à l'actualité de l'extrême droite identitaire.

8.4.1. Des images monstratives ?

8.4.1.1. Une mise en images sous contrainte

De manière générale, les images employées pour illustrer les différents sujets couverts par la web-TV s'inscrivent dans les logiques mises en avant par Arnaud Mercier (1996) : elles servent à *mettre en images* les commentaires des médiactivistes, et la valeur monstrative prime sur la démonstration. J'ai ainsi noté que les mêmes images étaient parfois employées pour illustrer différents sujets et thématiques, et qu'elles sont donc considérées comme interchangeables. De la même façon, certains des plans employés pour illustrer les sujets relatifs au port du masque en extérieur sur le territoire hexagonal n'ont clairement pas été tournés en France mais en Europe de l'Est. Les entretiens réalisés avec les médiactivistes en 2019 avaient justement permis d'insister sur l'enjeu que représente la fourniture en images pour la web-TV. Si celle-ci développe sa propre banque d'images, elle reste fortement dépendante de son abonnement à l'AFP. C'est ainsi que les captations de l'agence de presse sont fréquemment employées pour illustrer les sujets ; à l'image de l'interview de manifestants s'opposant à la généralisation du port du masque⁴⁰⁹, ou de la brève traitant de la découverte d'un squelette de mammouth sur le chantier d'un aéroport mexicain⁴¹⁰. Cette dépendance est particulièrement flagrante le 25 septembre⁴¹¹ : le troisième sujet reprend alors *in extenso* une production de l'agence de presse⁴¹², consacrée à la demande de reconnaissance poussée par les enfants de harkis.

« Alors, on a un abonnement à l'AFP qui nous permet de faire ce qu'on peut. Qui est quand même assez vaste donc qui permet quand même de récupérer pas mal d'images parce qu'ils sont partout. Heureusement, avec les réseaux sociaux, il y a quand même de plus en plus d'images libres de droit etcetera, etcetera. On a de plus en plus d'images qu'on

⁴⁰⁹ TV Libertés, « Covid-19 : la rentrée bâillonnée », *TV Libertés*, 31 août 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-la-rentree-baillonnee-jt-du-lundi-31-aout-2020>.

⁴¹⁰ TV Libertés, « Macron contre les libertés », *TV Libertés*, 11 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-contre-les-libertes-jt-du-vendredi-11-septembre-2020>.

⁴¹¹ TV Libertés, « Macron, la psychose covid », *TV Libertés*, 25 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-la-psychose-covid-jt-du-vendredi-25-septembre-2020>.

⁴¹² AFP, « Le drame des enfants morts dans les camps harkis sort peu à peu de l'oubli », YouTube, 23 septembre 2020. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=87N6XuIHRg8>.

tourne nous-mêmes aussi avec des JRI⁴¹³ qui, quand ils partent faire un micro-trottoir en profitent pour aller filmer le Sénat... Enfin, c'est vraiment un peu empirique hein, et voilà... Mais bon, au final, on a une bandothèque qui s'élargit. Mais c'est clair que c'est le point le plus compliqué pour nous aujourd'hui. C'est ce qui coûte le plus d'argent, et de les acheter, et de les faire tourner, dans tous les cas. Donc, voilà. Maintenant, on a aussi accepté notre faiblesse, on va dire, en acceptant de passer des boucles plusieurs fois dans le même sujet » (Entretien avec Élise, 7 mai 2019)

Le petit nombre de médiactivistes impliqués au quotidien dans la rédaction, ainsi que les coûts importants représentés par l'envoi de « JRI » aboutissent donc au fait que les sujets sont rarement illustrés par des images originales tournées pour l'occasion. Le réseau formé par les médias identitaires locaux du « groupe Libertés » avait été originellement pensé comme le moyen d'alimenter la web-TV en images. Quelques échanges d'informations et d'images sont mis en place avec des contre-médias, mais c'est avec les médiactivistes du Visegrád Post qu'ils sont en réalité les plus fréquents, expliquant en partie l'intérêt manifeste de la chaîne pour l'actualité des pays de l'Est.

« Initialement les médias locaux du groupe Libertés étaient pensés comme des fournisseurs potentiels d'image, mais cela n'a pas eu lieu. On va dire qu'il n'y a pas une mise en commun générale du truc en disant "bah tiens, t'es en Bretagne, tu vas pouvoir nous faire ce job-là", etcetera. On les traite pas comme des correspondants locaux, aujourd'hui. Ni comme... on les traite comme des pigistes, on va dire, potentiels sauf qu'on n'a pas de liens de rémunération entre eux, enfin entre nous, pardon. Mais effectivement, s'ils ont une info, le mec de Breizh Info va me dire "tiens, on a fait ça, est-ce que tu veux en parler, moi ça me fera de la pub et toi ça te fera un bon sujet". Typiquement, enfin échange de bons procédés. Mais ça ne va pas plus loin. Sauf [en] Europe de l'Est, [avec le] Visegrád Post ». (Entretien avec Élise, 7 mai 2019).

Finalement, la mise en images du Journal est alimentée par des images fixes et animées glanées en ligne. Les images animées sont tout à la fois des productions de professionnels et d'amateurs. Les images de l'audition de Didier Raoult proviennent ainsi de Public Sénat, quand plusieurs sujets et brèves comportent des inserts de courtes vidéos captées par des amateurs (Gunthert, 2018 ; Nicey, 2016 ; Stuart, 2016), qu'il s'agisse de traiter des actions de la milice afro-américaine

⁴¹³ « Journaliste reporter d'images ». L'expression renvoie aux « cadreur(s) spécialisé(s) dans les reportages d'information » (Jespers, 2009, p. 180). On notera ici l'appropriation par mon enquêtée du vocabulaire des professionnels de l'information.

NFAC⁴¹⁴, ou d'un fait-divers impliquant des squatteurs⁴¹⁵. Des captures d'écran sont aussi fréquemment insérées dans les sujets et les brèves, renvoyant à des articles de presse traitant de la thématique abordée par les médiactivistes. C'est là une des particularités du Journal de la web-TV, qui recourt parfois à plusieurs captures d'écran dans un même sujet ou une même brève. En témoigne l'exemple ci-dessous (Figure 22) : un sujet consacré au squat d'un domicile privé s'appuie à trois reprises sur des captures d'écran d'articles de presse à fins d'illustration.



Figure 22 : Des captures d'écran d'articles de presse sont fréquemment insérés dans les sujets et les brèves du Journal afin de les illustrer

8.4.1.2. Emploi de caricatures et rupture du caractère monstratif

8.4.1.2.1. Les « vignettes » des Journaux

À chaque édition du Journal est associée une image annonçant la thématique du premier sujet abordé. Celle-ci ne consiste pas en une photographie, mais dans un photomontage (Figure 23), faisant écho aux constats de Per-Erik Nilsson (2021) qui observe que les médias de réinformation recourent fréquemment aux images, exagérations et sous-entendus, qui leur permettent de traiter des événements avec ironie, voire avec un caractère sardonique. Aussi, le 8 septembre 2020, le premier sujet est consacré au Covid-19, et à la gestion de la pandémie par le gouvernement. Afin d'illustrer les « décisions contradictoires et contre-productives du gouvernement⁴¹⁶ », le photomontage met en scène deux des ministres du gouvernement de Jean Castex, Olivier Véran et Jean-Michel Blanquer, sur des planches de surf, où ils entourent le président de la République Emmanuel Macron,

⁴¹⁴ TV Libertés, « Macron contre les libertés », *TV Libertés*, 11 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-contre-les-libertes-jt-du-vendredi-11-septembre-2020>.

⁴¹⁵ TV Libertés, « Didier Raoult donne des sueurs froides au pouvoir », *TV Libertés*, 16 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/didier-raoult-donne-des-sueurs-froides-au-pouvoir-jt-du-mercredi-16-septembre-2020>.

⁴¹⁶ TV Libertés, « Covid-19 : où en est-on vraiment ? – JT du mardi 8 septembre 2020 », *TV Libertés*, 8 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-ou-en-est-on-vraiment-jt-du-mardi-8-septembre-2020>.

lui-même sur un scooter des mers. Cette représentation ne correspond à aucune actualité. Elle permet cependant de faire du commentaire apposé à l'image un bon mot : « la vague d'incompétence revient ! ». De la même façon, le lendemain, la vignette est séparée en deux parties par un éclair, suggérant un fort dissensus entre les deux acteurs figurés. À gauche, Emmanuel Macron porte un masque, derrière lequel il semble peiner à respirer, son visage étant rougi. À la droite de l'image, Didier Raoult est représenté le masque baissé et le sourire serein. Cette fois-ci, l'image a un rapport avec l'actualité : le premier sujet comprend un extrait d'un déplacement du Président de la République à l'occasion duquel il avait peiné à prononcer son discours tout en portant son masque. Multipliant les quintes de toux, il avait été conduit à changer son masque et avait été moqué à ce titre par les médiactivistes. Encore une fois, le ton est annoncé à travers la légende qui accompagne le photomontage : « à s'étouffer de rire ! ».



Figure 23 : Les vignettes de chaque édition du Journal consistent en des montages marqués par un caractère sardonique

Ces vignettes appellent à formuler deux constats. Le premier concerne la focale qui est mise sur les individus dans ces représentations. Sur les 20 éditions du corpus, seules sept vignettes ne représentent pas une personnalité identifiée. De fait, Emmanuel Macron apparaît sur neuf des vignettes, seul ou avec d'autres individus. Didier Raoult apparaît lui à quatre reprises, et Olivier Véran à trois occasions⁴¹⁷. Cette tendance peut être lue comme l'indice d'une hyperpersonnalisation de l'actualité. Le second constat découle du premier, et concerne l'importance de la caricature dans ces représentations graphiques (Neveu, Milliot *et al.*, 1996). Les vignettes détournent en effet des signes et des codes partagés – pouvant emprunter

⁴¹⁷ Suivent le Premier ministre Jean Castex (2 apparitions), le ministre de l'Éducation Jean Michel Blanquer (1) et le Garde des Sceaux Éric Dupond-Moretti (1).

à la culture populaire – dans une logique d’affrontement politique, tout en recourant à l’humour pour créer une connivence avec l’internaute. Ainsi Éric Dupond-Moretti est-il représenté comme un primate sur la vignette du Journal du 7 septembre. Le 24 septembre, Emmanuel Macron est représenté affublé d’un couvre-chef militaire digne du Colonel Alvarez⁴¹⁸, permettant de suggérer la mise au pas du pays, alors que de « nouvelles restrictions [sont] imposées par le gouvernement⁴¹⁹ ». De la même façon, des vignettes des Journaux font directement référence à la série de films « La Guerre des Étoiles » (Figure 24). À l’occasion de son audition devant la commission sénatoriale⁴²⁰, Didier Raoult est ainsi représenté comme un *jedi*, un individu servant le bien et la justice dans la fiction de Georges Lucas. Il porte ainsi l’habit simple et monacal qui est celui des membres de cet ordre, doté d’un sabre laser clair et accompagné d’une créature identifiée de la série de films : Chewbacca. La vignette de l’édition du lendemain⁴²¹ représente Olivier Véran grimé en Darth Maul, personnage maléfique du quatrième épisode de la saga. Les légendes apposées aux infographies reprennent elles-mêmes en les détournant les titres de deux films⁴²² : « Raoult contre-attaque » (« L’Empire contre-attaque ») et « Le retour de Véran » (« Le retour du Jedi »). Le recours consécutif à ces deux représentations permet d’assigner des rôles aux deux hommes. Quand le ministre de la Santé travaillerait à la réduction des libertés au service d’un pouvoir autoritaire, l’infectiologue marseillais serait porteur d’un (nouvel) espoir : chercheur réputé, le traitement qu’il administre à ses patients devrait permettre de dissiper les angoisses relatives aux suites de la crise sanitaire.

⁴¹⁸ Dans *Tintin et les Picaros* d’Hergé, le personnage est un militaire, aide de camp du Général Tapioca, qui régit d’une main de fer le pays fictif du San-Théodoros.

⁴¹⁹ TV Libertés, « Macron met la France dans le rouge », *TV Libertés*, 24 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-met-la-france-dans-le-rouge-jt-du-jeudi-24-septembre-2020>.

⁴²⁰ TV Libertés, « Didier Raoult donne des sueurs froides au pouvoir », *TV Libertés*, 16 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/didier-raoult-donne-des-sueurs-froides-au-pouvoir-jt-du-mercredi-16-septembre-2020>.

⁴²¹ TV Libertés, « Covid-19, revoilà Véran ! », *TV Libertés*, 17 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-revoila-veran-jt-du-jeudi-17-septembre-2020>.

⁴²² Les amateurs de la série noteront cependant que les choix de titres ne sont pas les plus pertinents eu égard à la perspective défendue par les médiactivistes, et que l’inverse aurait été plus cohérent.



Figure 24 : Les vignettes détournent des codes de la culture populaire, ici en adaptant l'iconographie de la saga Star Wars

De fait, le scientifique est représenté dans ces iconographies comme opposé aux décisions du gouvernement⁴²³, jusqu'à devenir « l'ennemi public n°1⁴²⁴ ». Si certaines des vignettes ne se réfèrent pas directement aux membres du gouvernement ou à celui qui est alors présenté comme l'un de ses principaux opposants, elles ne reposent pas moins sur des représentations anxiogènes. En témoignent celles du 4 et du 14 septembre (Figure 25). La première, pour illustrer la « révolte contre les masques obligatoires », représente un masque enflammé. La seconde est plus complexe et plus riche. La partie supérieure de l'image représente deux jauges, la première, relative au port du masque est pleinement complétée, quand la seconde, qui traite de la « destruction de la famille » se remplit. À droite de l'image est ensuite représentée une cellule familiale traditionnelle, composé d'une mère, d'un père et de deux enfants. À gauche figure un couple de personnes âgées dont l'homme est marqué d'une cible. Cette représentation accompagne la présentation suivante :

« Au programme ce soir, le Covid-19 sert désormais de prétexte pour attaquer les familles. Après avoir soumis les Français au port obligatoire du masque en extérieur malgré son inutilité, le nouveau message est clair : la famille est le nouveau danger ! »

⁴²³ La vignette du 21 septembre 2020, le représente, la tête dans une main, comme atterré, à côté d'Emmanuel Macron et Jean Castex, masqués, et qui portent tous les deux des bonnets d'ânes. La mention suivante est en outre apposé à la représentation du Président de la République et du Premier ministre : « Les pieds nickelés ».

⁴²⁴ La vignette du 3 septembre 2020 représente l'infectiologue, un bandana devant le bas du visage, dans un décor ocre figurant les grands espaces désertiques américains. La légende, vraisemblablement inscrite en police Saloon, indique alors « Wanted. Didier Raoult. Ennemi Public n°1 ».



Figure 25 : Les vignettes s'appuient sur le registre de l'anxiogène

Recourant à la caricature et à certaines formes d'outrance, les vignettes distinguent d'emblée le Journal de *TV Libertés* des journaux télévisés. Ces représentations sont en effet le signe d'un engagement manifeste et l'expression de valeurs. Elles trahissent la volonté de tourner en dérision le pouvoir politique en caricaturant les gouvernants et en les mettant en scène. Les jeux de confrontation sur lesquels elles s'appuient peuvent aussi être interprétés comme le signe d'une lecture simplifiée de l'actualité s'appuyant sur la mise en scène d'oppositions entre individus (ici entre Didier Raoult et les membres du gouvernement). L'analyse thématique développée par la suite permettra d'investiguer ces dimensions.

8.4.1.2.2. *Le recours à la caricature dans les unités d'information*

J'ai noté à l'occasion de mes visionnages depuis 2018 que certaines unités d'information recourent à des illustrations réalisées par le dessinateur de presse Ignace, qui figure au générique de clôture du Journal. Dans le corpus, c'est à l'occasion d'un sujet consacré au port du masque en extérieur qu'apparaît à l'écran une de ses productions (Figure 26). Le recours à ce dispositif tranche une nouvelle fois avec la neutralité revendiquée par les journaux télévisés *mainstream*. Je montrerai plus bas que le dessin d'Ignace a ici pour fonction d'appuyer une dimension implicite du discours des médiactivistes : la dénonciation des jeunes issus de l'immigration, qui ne se plieraient pas à l'obligation du port du masque en extérieur comme le reste de la population française. C'est ainsi que le dessin représente deux jeunes hommes de couleur, l'œil dérangé et le sourire méchant, agitant tous les deux les armes dont ils sont munis : une batte de baseball et un couteau. Le texte accompagnant cette représentation insiste de plus sur le fait que les *gestes barrières* adoptés par ces jeunes ont pour principal objet de mettre une distance entre eux et les représentants des forces de l'ordre (« On privilégie les gestes barrières... contre les interpellations ! »).



Figure 26 : Un dessin de presse est utilisé pour illustrer un sujet le 7 septembre

Aussi, les images employées pour illustrer les unités d'information ont-elles une valeur principalement monstrative. Leur valeur informative est faible, et ce sont les commentaires des médiactivistes qui apparaissent être les principaux véhicules du contre-discours. Dans le même temps, l'engagement de la web-TV est perceptible à travers deux éléments : le recours à des photomontages servant de vignettes pour les différentes éditions du Journal, ainsi que l'emploi – occasionnel mais néanmoins notable – de dessins de presse pour illustrer les sujets.

8.4.2. Ironie et dérision dans les commentaires de l'actualité

L'analyse des productions discursives des médiactivistes est ici aussi l'occasion de prolonger et d'approfondir plus encore les constats de Per-Erik Nilsson (2021). Comme je vais l'illustrer, le Journal de *TV Libertés* se distingue des productions journalistiques conventionnelles – en particulier télévisées – qui ont pour principal objet de rapporter des événements, en les décrivant et en les commentant pour réduire l'incertitude qui les entoure en les insérant dans des schèmes explicatifs (Quéré et Neveu, 1996). Les médiactivistes ne se contentent pas de rapporter les événements : ils portent un jugement sur ces derniers. En témoignent les titres des différentes éditions du Journal sur la période :

« *Macron met la France dans le rouge*⁴²⁵ »
« *Macron et LREM : les rats quittent le navire*⁴²⁶ »
« *Covid-19 : La macronie en déroute*⁴²⁷ »

Par-delà ces éléments, les commentaires apposés aux unités d'information dénotent la volonté de porter un jugement sur l'actualité. Les deux brèves⁴²⁸ dont le texte est reproduit ci-dessous illustrent parfaitement cette dimension, ici à travers un euroscepticisme manifeste, l'opposition à l'Union européenne constituant un trait commun aux extrêmes droites européennes (Castelli Gattinara et Froio, 2022). Plusieurs éléments sur lesquels je reviendrai doivent d'ores et déjà être notés : l'emploi d'un vocabulaire spécifique et idéologiquement connoté (ici, « big pharma » pour renvoyer à l'industrie pharmaceutique), ou encore la forte dimension implicite du commentaire (l'UE aurait « fait payer [aux citoyens] leur propre invasion », écho de la « théorie du Grand remplacement »).

« Une fois n'est pas coutume, un Français gagne de l'argent grâce à l'Europe ! Alors que la France est un généreux contributeur net de l'Europe de Bruxelles, recevant moins qu'elle ne donne, un joueur français a contredit la tendance en empochant 157 millions d'euros à l'Euro-millions. C'est le troisième plus gros gain en France après 2011 et 2012, 162 et 170 millions. L'heureux vainqueur a 60 jours pour se faire connaître. Il paiera environ 60% d'impôts à l'État français sur son pécule »

« Allez-y, c'est l'UE qui régale ! Les instances bruxelloises viennent d'annoncer qu'elles indemniseront les citoyens en cas d'effet secondaire des vaccins contre le Covid-19. Une déclaration qui vient donc rassurer les laboratoires pharmaceutiques lancés depuis plusieurs mois dans une course à l'élaboration des vaccins. Cette information n'est pas sans danger : en effet, elle pourrait pousser big-pharma à accélérer les recherches, voire même à lancer sur le marché des vaccins avant d'avoir effectué les tests suffisants. Bruxelles pourrait donc réussir une nouvelle prouesse : faire financer aux Européens leur propre intoxication, après les avoir fait payer pour leur propre invasion »

Transparaît aussi dans ces courts extraits le sarcasme qui est caractéristique du Journal. Les commentaires des médiactivistes ont de la même manière tendance à traiter le personnel avec dérision, entendu comme une association de mépris et

⁴²⁵ TV Libertés, « Macron met la France dans le rouge », *TV Libertés*, 24 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-met-la-france-dans-le-rouge-jt-du-jeudi-24-septembre-2020>.

⁴²⁶ TV Libertés, « Macron et LREM : les rats quittent le navire », *TV Libertés*, 22 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-et-lrem-les-rats-quittent-le-navire-jt-du-mardi-22-septembre-2020>.

⁴²⁷ TV Libertés, « Covid-19 : La macronie en déroute », *TV Libertés*, 21 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-la-macronie-en-deroute-jt-du-lundi-21-septembre-2020>.

⁴²⁸ TV Libertés, « Liberté d'expression : esprit Charlie, où es-tu ? », *TV Libertés*, 2 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/esprit-charlie-ou-es-tu-jt-du-mercredi-2-septembre-2020>.

d'humour. L'illustre cet extrait consacré au plan de relance annoncé par le gouvernement au début du mois de septembre 2020, dans lequel sont moqués le Président de la République, le Premier ministre et le nouveau Commissaire au plan, François Bayrou.

« Reste désormais à mettre le plan en ordre de marche, et pour cela, Emmanuel Macron a montré tous ses talents de DRH : le recrutement d'un prof' à la retraite, apparatchik depuis plus de 40 ans, François Bayrou, et un Premier ministre haut fonctionnaire qui n'a jamais mis un pied dans une entreprise privée, Jean Castex. Le choix de François Bayrou, outre les doutes sur ses compétences, peut aussi interpeler, car l'individu se trouve également mis en examen. Emmanuel Macron s'était engagé à ne pas prendre de ministre dans une telle situation. Par chance, contrairement à Gérard Darmanin, le maire de Pau n'a pas de statut de ministre mais n'est que Haut-commissaire au Plan⁴²⁹ ».

Aussi, le Journal de *TV Libertés* emprunte à un genre singulier, l'éditorial, entendu comme un contenu à travers lequel les médiactivistes se positionnent comme des acteurs prenant part à l'actualité, bien plus que comme des spectateurs dont l'action serait limitée à son enregistrement (Esquenazi, 2014). Il leur donne une plateforme pour opiner, réfuter et polémiquer. Afin d'illustrer ce point plus en détails, je développe trois thématiques apparaissant dans plusieurs des sujets au cours des vingt éditions du corpus : la crise du Covid et sa gestion ; les questions de filiation et de bioéthique ; et *l'actualité communautaire*, entendue comme l'actualité de l'extrême droite française.

8.5. Études de cas

8.5.1. La crise du Covid, enjeux sanitaires et enjeux politiques

Dans un entretien consacré à la médiatisation de la crise du Covid-19 (Devars, 2022), François Allard-Huver insiste sur deux éléments qui ont caractérisé le traitement de l'actualité sanitaire par les médias. Le premier est la production de chiffres par les autorités, appelés à être repris par les médias. Nombre de contaminations, nombre de tests pratiqués sur les dernières 24h, taux de

⁴²⁹ TV Libertés, « Covid-19 : Didier Raoult, la cible du Système ? », *TV Libertés*, 3 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-didier-raoult-la-cible-du-systeme-jt-du-jeudi-3-septembre-2020>.

reproduction du virus, nombre de lits occupés dans les services de réanimation, *etc.* : « l’outil statistique constitue un artefact récurrent [pour rendre compte de la crise] » (Devars, 2022, p. 104). Le second est la place accordée aux voix issues du secteur médical (chercheurs, médecins-praticiens, infirmiers), aux représentants politiques ainsi qu’aux malades.

Les données statistiques relatives au Covid ne sont pas absentes des sujets consacrés à la question. Parmi ces occurrences : le nombre de malades en réanimation est ainsi donné aux internautes le 31 août, de même que le taux de reproduction du virus, le 8 septembre. Force est cependant de constater que les données chiffrées relatives à la crise sanitaire sont plus souvent des éléments de contexte pour les contre-discours des médiactivistes que les principales informations des sujets. Non seulement les chiffres ne sont pas repris quotidiennement, mais ces éléments d’objectivation de la situation sanitaire sont présentés avec défiance par les médiactivistes. Ils les présentent ainsi comme des données sorties de leur contexte, et ayant pour principal objet d’entretenir la « psychose » entourant la pandémie. Ainsi, alors que la communication gouvernementale insiste sur la reprise épidémique au début du mois de septembre 2020, la médiatisation quotidienne des principaux chiffres de l’épidémie fait l’objet d’une critique, accusant en creux les chaînes d’information en continu de cynisme dans leur traitement de cette actualité. À ce titre, il convient de souligner que le discours de réinformation tend à mettre les médias au cœur des polémiques que les médiactivistes attisent et entretiennent⁴³⁰.

« La psychose joue aussi des chiffres impressionnants et sortis de leur contexte. Ainsi, la barre du million de morts sera bientôt franchie et permettra aux chaînes d’info en continu de faire un peu de sensationnel à moindres frais. Le point quotidien du ministre permet également d’entretenir la crainte, avec les milliers de nouveaux cas chaque jour, le nombre d’hospitalisations et le nombre de patients en réanimation. Des chiffres devenus le pain quotidien pour les Français qui prennent le temps d’écouter le ministre Vèran⁴³¹ ».

L’approche quantitative précédemment proposée permet par ailleurs de mettre l’accent sur le choix des locuteurs par la web-TV dans le cadre de la crise sanitaire. À l’exception de Didier Raoult, et d’une intervention très rapide de Jean-François

⁴³⁰ L’intérêt porté pendant le mois à la question de la permanence de « l’esprit Charlie » dans la presse, au moment où s’ouvre le procès des attentats de janvier 2015, est exemplaire de cette logique.

⁴³¹ TV Libertés, « Macron, la psychose covid », *TV Libertés*, 25 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-la-psychose-covid-jt-du-vendredi-25-septembre-2020>.

Delfraissy, le personnel médical et scientifique n'est pas appelé à s'exprimer au cours des sujets. De même qu'aucun ne convoque la parole d'un malade ou d'un proche. Sont privilégiés à ces témoignages profanes les voix des opposants au port du masque⁴³² ou le micro-trottoir concernant la réception des nouvelles mesures adoptées par le gouvernement pour contenir l'épidémie⁴³³. J'observe ainsi une évacuation de la figure du malade dans les commentaires des médiactivistes. Y est privilégié l'exposé de deux discours, celui des autorités (gouvernement et Conseil scientifique) et celui de *voix dissonantes* remettant en cause une partie de la narration gouvernementale sur la crise ainsi que les décisions alors prises pour y faire face (principalement Didier Raoult et l'avocat Fabrice Di Vizio). Il convient à ce titre de noter que le matériel iconographique n'efface cependant pas la figure du malade : des images de réanimation servent ainsi à illustrer différents sujets sur la période.

À l'aune de ces éléments, la médiatisation du Covid-19 par *TV Libertés* pendant le mois de septembre 2020 apparaît avoir fait l'objet d'un cadrage privilégiant les enjeux politiques à la question sanitaire. Dans ce cadre, il est intéressant d'observer la manière dont le discours des médiactivistes recourt à la polémique. Les locuteurs dont la parole est invoquée portent eux des positions antagonistes. À ce titre, il semble opportun de revenir sur l'opposition que la web-TV construit entre Didier Raoult et les autorités politiques et médicales.

8.5.1.1. Populisme et emploi du « symbole Raoult »

Dans le contexte de la crise sanitaire, Didier Raoult⁴³⁴ a occupé une position *d'entrepreneur de morale dans un sens déflationniste* (Pierru, 2020), dont les prises de position avaient pour objet de minimiser les risques encourus par les Français, alors que le gouvernement recourait à la dramatisation. Son exposition médiatique singulière doit ainsi être entendue comme le produit de ce positionnement singulier

⁴³² TV Libertés, « Covid-19 : la rentrée bâillonnée », *TV Libertés*, 31 août 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-la-rentree-baillonnee-jt-du-lundi-31-aout-2020>.

⁴³³ TV Libertés, « Macron met la France dans le rouge », *TV Libertés*, 24 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-met-la-france-dans-le-rouge-jt-du-jeudi-24-septembre-2020>.

⁴³⁴ Frédéric Pierru (2020) revient en détail sur la socialisation du scientifique, et la manière dont il a consolidé sa position dans le monde de la recherche médicale. Il insiste notamment sur la manière dont son classement à l'internat l'a conduit en direction d'une filière peu valorisée, ce qu'il présente depuis lors comme une orientation choisie. D'autant qu'il est parvenu à dépasser sa position de « déclassé » du secteur médical en tirant profit des politiques publiques d'inspiration libérale instaurant une plus forte concurrence dans le secteur de la recherche médicale. Il met de plus l'accent sur son insertion dans des réseaux politiques *de droite*, notamment à l'échelle régionale.

dans l'espace public français au début de l'année 2020. Son traitement par *TV Libertés* n'échappe pas à cette logique. C'est dans cette perspective qu'il est présenté à l'occasion d'un sujet qui lui est consacré comme « une voix rassurante pour les Français accablés par la parole gouvernementale⁴³⁵ ».

Frédéric Pierru observe cependant qu'à compter d'avril 2020, la référence à Didier Raoult dans l'espace public français consiste moins en une référence à l'homme et au chercheur qu'au *symbole Raoult*, « objet d'usages médiatiques et politique [...] de plus en plus éloigné de la science médicale » (Pierru, 2020, p. 134). L'autorité scientifique cède ainsi le pas à l'objet de controverses, investi par différents locuteurs. Dans les discours des médiactivistes de *TV Libertés*, la référence au *symbole Raoult* a pour objet de marquer une opposition radicale avec les décisions du gouvernement et les autorités de santé parmi lesquelles le Conseil scientifique, ainsi que d'activer des référents populistes. L'ensemble des contre-discours a ainsi pour objet de présenter le scientifique marseillais comme le représentant d'un *bon sens médical* dont seraient dépourvues les élites politiques, administratives et médicales.

« À ce moment, l'IHU de Marseille faisait figure de précurseur dans le dépistage massif des malades du Covid-19. En effet, pour Didier Raoult, le travail d'un médecin consiste avant tout à diagnostiquer pour pouvoir soigner. Une évidence qui a longtemps été oubliée, faute de capacité de tests suffisante⁴³⁶ ».

Les prises de parole du scientifique, en ligne, sur sa chaîne YouTube ou lors de son audition devant le Sénat, sont ainsi présentées comme l'occasion de « malmener le discours des autorités de santé⁴³⁷ », ou encore de distribuer des « tacles à la gorge⁴³⁸ » à destination de la communauté médicale. Cette lecture populiste, opposant un homme franc et direct⁴³⁹ aux élites – dont il serait exclu en dépit de sa

⁴³⁵ TV Libertés, « Covid-19 : Didier Raoult, la cible du Système ? », *TV Libertés*, 3 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-didier-raoult-la-cible-du-systeme-jt-du-jeudi-3-septembre-2020>.

⁴³⁶ TV Libertés, « Covid-19 : Didier Raoult, la cible du Système ? », *TV Libertés*, 3 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-didier-raoult-la-cible-du-systeme-jt-du-jeudi-3-septembre-2020>.

⁴³⁷ TV Libertés, « Macron met la France dans le rouge », *TV Libertés*, 24 septembre. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-met-la-france-dans-le-rouge-jt-du-jeudi-24-septembre-2020>.

⁴³⁸ TV Libertés, « Covid-19 : Didier Raoult, la cible du Système ? », *TV Libertés*, 3 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-didier-raoult-la-cible-du-systeme-jt-du-jeudi-3-septembre-2020>. & TV Libertés, « Didier Raoult donne des sueurs froides au pouvoir », *TV Libertés*, 16 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/didier-raoult-donne-des-sueurs-froides-au-pouvoir-jt-du-mercredi-16-septembre-2020>.

⁴³⁹ « Auditionné dans le cadre de la commission d'enquête sur la gestion du Covid-19 en France, le professeur marseillais a fait comme à son habitude, il n'a pas mâché ses mots ». TV Libertés, « Didier Raoult donne des sueurs froides au pouvoir », *TV Libertés*, 16 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/didier-raoult-donne-des-sueurs-froides-au-pouvoir-jt-du-mercredi-16-septembre-2020>.

position – et à un *système* représenté par le gouvernement, l’Ordre des médecins ou encore le Conseil scientifique, transparait dans un grand nombre de sujets. D’un côté, Didier Raoult est présenté comme « le caillou dans la chaussure du pouvoir⁴⁴⁰ », celui à même de remettre en question l’opportunité des mesures prises par ce dernier, conformément à ce que l’analyse des vignettes laissait supposer. De l’autre, les décisions du gouvernement relatives à la gestion de la crise sanitaire à Marseille sont lues comme le résultat de cette lutte.

« Plutôt épargnée par la première vague d'avril, la cité phocéenne est désormais dans le viseur gouvernemental. Certains n'hésiteront pas à y voir une forme de vengeance en direction du célèbre professeur marseillais Didier Raoult qui continue de malmener le discours des autorités sanitaires, la deuxième ville de France a donc été classée en zone d'alerte maximale, tout comme la Guadeloupe⁴⁴¹ »

Les représentations opposant Didier Raoult aux membres du gouvernement, qui transparaissent déjà dans l’analyse des vignettes, sont donc prolongées ici. Le *symbole Raoult* (Pierru, 2020) est investi comme un référent populiste permettant de s’opposer aux autorités politiques et sanitaires, ainsi qu’aux discours portés par ces dernières.

8.5.1.2. Un contexte propre à la polémique

Le traitement des sujets liés à la gestion gouvernementale de la crise sanitaire permet en outre d’observer que la polémique est une modalité d’énonciation privilégiée par les médiactivistes dans leur travail de restitution de l’actualité. Selon Ruth Amossy (2014), la polémique consiste en un choc d’opinions antagonistes dans un même énoncé. Les discours du *proposant*, défendant une position donnée, sont alors battus en brèche par un *opposant* qui les réfute, ceci devant un *tiers*, c’est-à-dire un auditeur ou un spectateur. Cette confrontation n’a pas vocation à être résolue, mais plutôt à mettre au jour les fractures qui existent entre des groupes sociaux. Aussi la polémique est-elle l’occasion de cristalliser des identités collectives : il s’agit de distinguer le Nous des *opposants* du Eux des *proposants*. Dans les différents sujets consacrés à la gestion du Covid-19 par les autorités, il est possible d’observer que

⁴⁴⁰ TV Libertés, « Covid-19 : Didier Raoult, la cible du Système ? », *TV Libertés*, 3 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-didier-raoult-la-cible-du-systeme-jt-du-jeudi-3-septembre-2020>. Il est dans ce sujet présenté comme « Brillant, franc-tireur [et] un tantinet égocentré ».

⁴⁴¹ TV Libertés, « Macron met la France dans le rouge », *TV Libertés*, 24 septembre. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-met-la-france-dans-le-rouge-jt-du-jeudi-24-septembre-2020>.

les membres du gouvernement occupent la position de *proposants*, dont les discours sont réfutés par les médiactivistes, qui sont donc leurs *opposants*.

La réfutation des discours gouvernementaux passe tout d'abord par la diffusion d'allocutions récentes et passées de membres du gouvernement auxquelles est attribué un sens singulier. La diffusion d'archives – notamment le point de situation d'Olivier Véran⁴⁴², le 6 mars 2020 – est répétée pendant la période d'observation, notamment une fois au sein du même sujet (*voir plus bas*). Ces archives n'ont pas tant pour intérêt d'illustrer l'actualité, que de souligner la « volte-face⁴⁴³ » du gouvernement sur la question du port du masque, et donc son inconstance, au moment où son port devient obligatoire dans les espaces publics dans les départements d'Île-de-France et des Bouches-du-Rhône. Aussi la confusion et la contradiction dans la parole des autorités créent-elles une fenêtre d'opportunité pour l'émergence de contre-discours (Baloge et Hubé, 2021 ; Boltanski, 2012 ; Giry, 2022). Les allocutions gouvernementales sont aussi l'occasion de développer des *reformulations orientées*, un procédé rhétorique fréquemment employé dans le cadre de polémiques (Amossy, 2014). L'exemple suivant illustre parfaitement les logiques alors à l'œuvre. Les préconisations gouvernementales dirigées vers les personnes âgées et fragiles, plus susceptibles de développer des complications suite à une infection, sont interprétées comme un moyen « [d']attaquer les familles ». La reformulation orientée permet alors de proposer une nouvelle interprétation des conseils des autorités : il ne s'agit pas de chercher à protéger ces populations, mais d'entamer « un nouveau front contre les anciens en culpabilisant les plus jeunes ».

« [Élise Blaise, voix off] Message en toile de fond : partager des moments en famille peut tuer. C'était d'ailleurs l'idée du discours du Premier ministre lors de la conférence de presse de rentrée. [Jean Castex, conférence de presse de rentrée, 27 août 2020] Par exemple, évitons que papy et mamie aillent chercher les enfants à l'école. [Élise Blaise, voix off] Il faudrait donc séparer les jeunes des vieux, disons-le, pour le bien de ces derniers, cela va sans dire. Et celui qui osera aller embrasser ses parents ou ses grands-parents, et bien qu'on lui jette la première pierre !⁴⁴⁴ »

⁴⁴² L'intégralité de l'allocution peut être retrouvée sur la plateforme de partage de vidéos Dailymotion : <https://www.dailymotion.com/video/x7sj9hs>.

⁴⁴³ TV Libertés, « Covid-19 : revoilà Véran ! », *TV Libertés*, 17 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-revoila-veran-jt-du-jeudi-17-septembre-2020>.

⁴⁴⁴ TV Libertés, « Le Covid-19 s'imisce chez vous », *TV Libertés*, 14 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/le-covid-19-simmisce-chez-vous-jt-du-lundi-14-septembre-2020>.

La reformulation orientée comme stratégie visant à jeter le discrédit sur le *proposant* s'appuie sur des ressorts rhétoriques identifiés : négation, ironie ou encore déformation des propos. À ce titre, il est aussi intéressant d'observer que les médiactivistes n'hésitent pas à proposer au cours de leurs développements de faux slogans gouvernementaux, reflétant leur interprétation de la gestion de la crise sanitaire.

« [après un développement sur le fait que les ministres n'ont pas installé l'application « Stop-Covid », pourtant promue pour limiter les contaminations] Faites ce que je dis, pas ce que je fais, et surtout, craignez l'État⁴⁴⁵ ».

« "Pour protéger vos anciens, abandonnez-les". Un slogan qui pourrait bientôt devenir réalité⁴⁴⁶ ».

Le discrédit jeté sur le gouvernement et son action passe aussi par deux accusations, parfois combinées dans le même énoncé. La première, et la plus régulière, est une accusation en incompétence, illustrée ci-dessous par le premier extrait. On retrouve ce postulat dans plusieurs sujets, qui insistent sur « l'incohérence » des décisions consécutives de l'exécutif : « le gouvernement brille toujours par l'incohérence de ses décisions depuis le début de la crise sanitaire », « quatre mois après la fin du confinement, le ministre de la Santé semble donc toujours patauger dans l'inconnu », « derrière le manque d'humilité du corps médical et de la classe politique semblent se cacher des incompétences bien réelles ». La seconde concerne l'instrumentalisation de la situation par le gouvernement, avec la complicité des autorités sanitaires. La situation au niveau national permettrait ainsi d'instiller la peur auprès de la population, afin d'ensuite en tirer profit. Ainsi, le gouvernement « continue de surfer sur la peur », sa communication visant à mettre l'accent sur la fragilité des populations les plus âgées n'est qu'une « nouvelle manipulation » et le président de la République « [joue] la carte de la psychose ».

« [Élise Blaise, en plateau] Qu'il soit incompétent ou mal intentionné, le gouvernement brille toujours par l'incohérence de ses décisions depuis le début de la crise sanitaire. Ordres, contre-ordres, engagements non tenus et autoritarisme, le bateau de la macronie navigue à vue. [Élise Blaise, voix off] Si l'on devait illustrer la nullité du gouvernement, il ne suffirait que d'un exemple. Après près d'un mois de port du masque

⁴⁴⁵ TV Libertés, « Macron, la psychose covid », *TV Libertés*, 25 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-la-psychose-covid-jt-du-vendredi-25-septembre-2020>.

⁴⁴⁶ TV Libertés, « Le Covid-19 s'immisce chez vous », *TV Libertés*, 14 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/le-covid-19-simmisce-chez-vous-jt-du-lundi-14-septembre-2020>.

obligatoire dans toutes les grandes villes de France, les contaminations explosent⁴⁴⁷ »

« [Olivier Frèrejacques, en plateau] Sans transition, gouverner par la peur. Avec les nouvelles restrictions mises en place par le gouvernement, Emmanuel Macron entend jouer la carte de la psychose. Un jeu dangereux, mais habile, que payent quotidiennement les Français⁴⁴⁸ »

Aussi, les contre-discours sur le Covid, tels que proposés à travers le Journal, s'appuient sur deux ressorts principaux : populisme à travers la convocation de la *figure Raoult* (Pierru, 2020) et polémique. Ainsi, les logiques politiques priment-elles sur celles relevant du sanitaire dans les sujets consacrés à cette thématique.

Le retour sur le sujet du 7 septembre 2020⁴⁴⁹, consacré à la généralisation du port du masque en extérieur permet de revenir plus en détail sur la construction des sujets relevant de la thématique du Covid. J'ai précédemment souligné que l'emploi d'archives permet d'insister sur l'inconstance gouvernementale, et contribue à ce titre à la dimension polémique des contre-discours. Ici, c'est à deux reprises qu'un extrait de l'allocution d'Olivier Véran le 6 mars 2020 est diffusée. La courte prise de parole du *proposant* est ici réfutée par les propos du médiactiviste en charge de la mise en mots du sujet. Ce dernier présente par ailleurs une singularité dans le corpus, puisqu'il a pour objet la dénonciation d'une forme d'altérité (Froio, 2017) : celle des jeunes hommes issus de l'immigration. La question relative à l'application uniforme de l'obligation du port du masque sur le territoire ouvre en effet à des remarques relatives à la « fracture territoriale et communautaire » qui caractérise la société française. Aucune population n'est nommément désignée dans le commentaire du médiactiviste, mais le recours au dessin de presse d'Ignace précédemment décrit (Figure 27, capture [F]) permet d'en clarifier la dimension implicite. D'un point de vue iconographique justement, le sujet recourt à des images issues de points d'information gouvernementaux relatifs à la crise sanitaire (capture [B]) et des plans larges représentant le Conseil constitutionnel, ainsi que des passants ordinaires portant ou non le masque (captures [C] et [D]). Sont aussi intégrées des vidéos de navigation sur des documents en ligne : un article du

⁴⁴⁷ TV Libertés, « Covid-19 : La macronie en déroute », *TV Libertés*, 21 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/covid-19-la-macronie-en-deroute-jt-du-lundi-21-septembre-2020>.

⁴⁴⁸ TV Libertés, « Macron, la psychose covid », *TV Libertés*, 25 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-la-psychose-covid-jt-du-vendredi-25-septembre-2020>.

⁴⁴⁹ TV Libertés, « Insécurité, violences, ensauvagement : le bilan de Macron », *TV Libertés*, 7 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/insecurite-violences-ensauvagement-le-bilan-de-macron-jt-du-lundi-7-septembre-2020>.

*Figaro*⁴⁵⁰ procédant à un décompte des passants masqués dans différents quartiers parisiens, et un document publié par l'Agence régionale de Santé (ARS), tous les deux mentionnés dans les commentaires du médiactiviste.

« [Élise Blaise, plateau] [A] Port du masque pour tous, mais sous certaines conditions. Et selon que vous appartenez à tel ou tel groupe social, la crise sanitaire en cours semble révéler les plus étonnantes contradictions de notre société. Le point avec Olivier Frèrejacques. [Prise de parole d'Olivier Véran, conférence de presse, 6 mars 2020] [B] L'usage du masque en population générale n'est pas recommandé et n'est pas utile. [Olivier Frèrejacques, voix off] La généralisation du masque confirmée par le Conseil d'État, mais sous conditions. La plus haute juridiction de l'ordre administratif a rendu dimanche deux ordonnances confortant les arrêtés préfectoraux du Bas-Rhin et du Rhône concernant l'imposition généralisée du masque. En revanche, l'administration devra délimiter les périmètres concernés par cette obligation et justifier la délimitation des zones par un fort risque de contamination. Le juge des référés du Conseil d'État a donc validé l'imposition du masque dans des agglomérations comme Lyon et Villeurbanne ainsi que dans le Bas-Rhin, tout en intimant les préfetures à limiter l'obligation à des espaces densément peuplés. Une position d'apparence mesurée qui conforte en réalité le ministre de la Santé Olivier Véran, aujourd'hui favorable à la généralisation du port du masque alors que les parties hostiles à celle-ci, notamment des praticiens hospitaliers alsaciens, avaient rappelé au juge administratif que le port du masque en extérieur est beaucoup moins impératif qu'en milieu clos. Cette confirmation de la légalité de l'obligation du port du masque a son importance car pas moins de 13 000 villes du pays y ont eu recours jusqu'à présent. Et avec cette prise de position du Conseil d'État, des milliers d'autres devraient suivre. [C] Le masque, dont l'utilisation était hier encore inutile ou décriée serait donc en passe de devenir une obligation un peu partout sur le territoire. [Prise de parole d'Olivier Véran, conférence de presse, 6 mars 2020] [B] L'usage du masque en population générale n'est pas recommandé et n'est pas utile. [Olivier Frèrejacques, voix off]. L'exécutif est ainsi conforté dans l'obligation dictée via les préfets à toute la population de porter un masque. Mais toute la population va-t-elle se soumettre de la même manière ? Pas sûr. Comme pour le confinement, certains territoires font l'objet de moins de contrôles que d'autres, pour des raisons évidentes d'incapacité de l'appareil étatique à faire face à de potentiels débordements. Le respect ou non de l'obligation du port du masque [D] a d'ailleurs fait l'objet d'un décompte par Le Figaro dans la capitale. [E] Le quotidien révèle ainsi que le masque est moins porté rue de Belleville, dans le bigarré XXe que dans la très centrale rue Montorgueil. Un document de l'Agence Régionale de la Santé, l'ARS d'Île-de-France, nous en dit plus [F] sur

⁴⁵⁰ Mondon Nicolas, Pennec Xavier et FIG Data, « Covid-19 : les Parisiens portent-ils bien le masque ? Nous avons compté », *Le Figaro*, 4 septembre 2020. URL : <https://www.lefigaro.fr/covid-19-les-parisiens-portent-ils-bien-le-masque-nous-avons-compte-20200904>.

cette fracture territoriale et communautaire face au port du masque et au recours aux fameux gestes barrières. [G] Ainsi, un plan régional a été mis en place en IDF pour renforcer, je cite « l'appropriation communautaire et collective des gestes barrières », et cela plus particulièrement dans des groupes sociaux d'apparences moins sensibles à ces gestes. Le document évoque en outre une tranche d'âge particulièrement visée : celle des 20-30 ans. Si les mots ne désignent pas clairement une population en particulier, chacun pourra se faire une idée de ce qu'il en est. Bien sûr le document de l'ARS invite à une surveillance accrue de la population en général. Depuis plus deux semaines donc, des équipes de médiation ont été formées avec pour chaque groupe deux médiateurs pour la coquette somme de 8000 euros et un poste dit d'encadrement coordination, 2000 euros. Le tout financé par l'État et donc par le contribuable. [H] »



Figure 27 : Le sujet du 7 septembre relatif à la généralisation du port du masque relaie la parole gouvernementale en s'y opposant. Il recourt aussi à un dessin de presse d'Ignace.

Ce sujet illustre une tendance observée dans plusieurs sujets proposés par la web-TV sur le méta-sujet du Covid. Il ne s'agit pas seulement d'exposer des faits relatifs à l'évolution de la pandémie ou aux décisions gouvernementales prises – avec plus ou moins de justesse – pour l'endiguer. La dénonciation de l'action gouvernementale est en effet couplée à une critique des populations immigrées qui, si elle n'est pas

clairement annoncée n'en est pas moins explicite. De la même façon, le sujet se clôt sur une remarque relative à la fiscalité et l'emploi des deniers publics. La politisation du sujet d'actualité – ici l'imposition du port du masque dans les espaces publics – emprunte ainsi plusieurs voies, et fait ainsi écho à l'hyper-criticisme observé par Philippe Corcuff (2020).

8.5.2. « Comme toujours en matière bioéthique, l'exception risque de devenir la règle » : famille et bioéthique dans les contre-discours

Les mobilisations d'opposition de l'ouverture du mariage aux couples de même sexe, ainsi que celles – plus récentes – associées à l'élargissement du droit à la procréation médicalement assistée (PMA) ont fait de la famille une question éminemment politique, en particulier au sein des sphères catholiques conservatrices (Raison du Cleuziou, 2019). Ces dernières souhaitent en effet « restreindre [la famille] à un modèle qu'ils considèrent comme universel et immuable » (Mathieu, 2020, p. 11) : la cellule *traditionnelle* organisée autour du père et de la mère. Aussi l'analyse a-t-elle pour ambition de mettre au jour la manière dont *TV Libertés*, en qualité de contre-média de réinformation s'étant précédemment engagé auprès des manifestants de la Manif pour Tous⁴⁵¹, s'empare de la thématique et traite de l'effacement de la norme unique définissant la famille au profit du pluralisme familial. Sur la période d'observation, trois sujets sont liés aux questions de la filiation et de bioéthique : à l'occasion de l'organisation à Paris du Salon Désir d'enfant⁴⁵², de la publication par le *Figaro* d'un article revenant sur les conséquences de la crise sanitaire sur les gestations pour autrui (GPA) réalisées dans les pays de l'Est et plus particulièrement en Russie⁴⁵³, ainsi qu'au moment de la publication par la Direction de la recherche, des études, de l'évaluation et des statistiques (DREES)

⁴⁵¹ « [après des débuts marqués par des problèmes techniques] Il a fallu une année pour que nous retrouvions la confiance de ceux qui nous avaient suivis. Avec, c'est important comme élément aussi, que *TV Libertés* est née de la Manif Pour Tous. Ça a été véritablement le moment où nous avons considéré que cette famille de pensée, vous voyez, a trouvé son expression. Une relative expression sur le terrain par des personnalités, des personnes, des gens, plus d'un million, qui venaient quand même de milieux très différents et certainement beaucoup plus larges qu'on ne le dit... On dit, "c'est un mouvement bourgeois conservateur", certes, ça n'était pas que ça. Ça n'était pas que ça. Et c'est esprit de la Manif Pour Tous a vraiment été celui qui a porté au départ *TV Libertés* » (Entretien avec Martial Bild, 8 avril 2019).

⁴⁵² *TV Libertés*, « La révolte contre les masques obligatoires », *TV Libertés*, 4 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/la-revolte-contre-les-masques-obligatoires-jt-du-vendredi-4-septembre-2020>.

⁴⁵³ *TV Libertés*, « Didier Raoult donne des sueurs froides au pouvoir », *TV Libertés*, 16 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/didier-raoult-donne-des-sueurs-froides-au-pouvoir-jt-du-mercredi-16-septembre-2020>.

d'une étude portant sur le nombre d'avortement conduits en France sur l'année 2019⁴⁵⁴.

Il est tout d'abord important de noter que les médiactivistes ne tendent pas le microphone en direction des principaux acteurs de ces événements, qu'il s'agisse des organisateurs du salon ; de couples ne pouvant pas aller chercher leurs enfants, bloqués en Russie ; ou de sociologues amenés à commenter les résultats de l'enquête publique. Ce sont en effet des individus aux engagements conservateurs manifestes qui sont amenés à apporter leurs éclairages sur ces différentes actualités. Aude Mirkovic⁴⁵⁵, porte-parole des Juristes pour l'enfance – association membre du collectif conservateur Marchons Enfants⁴⁵⁶, est ainsi longuement interviewée dans le sujet du 4 septembre, en qualité d'opposante au salon Désir d'enfance. Ses arguments ont pour principal objet d'exposer les fondements justifiant la procédure judiciaire entamée par l'association pour bloquer son déroulement. Le même sujet emploie une archive audio issue d'un entretien avec le président de la Fondation Lejeune⁴⁵⁷, Jean-Marie Le Méné⁴⁵⁸. Ce dernier est par ailleurs invité à s'exprimer sur les chiffres communiqués par la DREES le 24 septembre. Il est de plus possible d'observer une homologie forte entre les positions défendues par ces intervenants et les médiactivistes, sensible à travers la manière dont les sujets sont introduits et le vocabulaire employé dans les commentaires. Ainsi, dans le premier cas, l'organisation du salon est présentée comme illégale, quand bien même le juge saisi dans ce cadre ne reconnaît pas ce point. Dans le second, l'augmentation du nombre

⁴⁵⁴ TV Libertés, « Macron met la France dans le rouge », *TV Libertés*, 24 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-met-la-france-dans-le-rouge-jt-du-jeudi-24-septembre-2020>.

⁴⁵⁵ Outre son statut de porte-parole du collectif, Aude Mirkovic est maîtresse de conférences HDR à l'Université Paris-Saclay. Sa thèse, soutenue à l'université Paris 2 Panthéon-Assas, était consacrée aux *droits de l'enfant à naître* et elle est aujourd'hui responsable du master Droit de la santé et des biotechnologies. Outre cette légitimité universitaire, qui a justifié son audition devant la Commission des affaires sociales de l'Assemblée nationale le 20 juin 2018, elle bénéficierait d'un fort ancrage militant. Avant son engagement « pro-famille », elle aurait ainsi été impliquée auprès de la scène de rock identitaire. Lucie Delaporte, « Aude Mirkovic : du rock identitaire à la croisade anti-PMA », *Mediapart*, 19 juin 2019. URL : <https://www.mediapart.fr/journal/france/190619/aude-mirkovic-du-rock-identitaire-la-croisade-anti-pma?onglet=full>.

⁴⁵⁶ Site de Marchons Enfants. URL : <https://www.marchonsenfants.fr/>. Comme le note Séverine Mathieu (2020), ce collectif a cherché à mobiliser une opposition à la révision de la loi bioéthique encadrant la PMA, tout en ne se réclamant pas d'une appartenance confessionnelle claire. Le détail des associations en faisant partie révèle cependant un ancrage catholique et conservateur.

⁴⁵⁷ La fondation a été constituée afin de réaliser des recherches sur la trisomie 21. Elle prend aussi fréquemment position contre l'avortement et l'euthanasie, et est à ce titre considérée comme un des principaux rouages du mouvement « pro-vie » en France.

⁴⁵⁸ Commissaire de la marine de formation, et actuellement conseiller maître à la Cour des comptes, Jean-Marie Le Méné est le gendre de Jérôme Lejeune. La création de la fondation en 1996 poursuit les combats de ce dernier : recherche consacrée à la trisomie et prises de position anti-avortement. Jean-Marie Le Méné a, outre son activité professionnelle et son engagement associatif, animé pendant dix ans le « Libre Journal de Jean-Marie Le Méné » sur *Radio Courtoisie*.

d'interruptions volontaires de grossesses constatée sur l'année 2019 est présentée comme dramatique, et l'étude de l'institut de recherche est présentée comme une « sonnerie d'alarme », bien éloignée de sa portée avant tout descriptive.

« [Thibaud Bastide, en plateau] L'avortement au plus haut depuis trente ans. L'année 2019 a été marquée par une hausse dramatique du recours à l'IVG. Retour sur l'échec de la politique familiale française avec Olivier Frèrejacques. [Olivier Frèrejacques, voix off] Plus de 230 000 avortements en 2019 : c'est le niveau le plus haut en France depuis 30 ans. C'est une étude de la DREES, la direction de la recherche des études de l'évaluation et des statistiques, parue le 24 septembre qui tire la sonnette d'alarme. Ainsi, en 2019, plus de 15 femmes sur 1000 ont eu recours à l'avortement, un niveau dépassant les 28 femmes pour mille dans les départements et régions d'outre-mer⁴⁵⁹ »

Cette homologie de position avec des associations conservatrices s'opposant tout à la fois à l'ouverture du droit à la GPA et à l'avortement s'observe de plus dans le vocabulaire employé par les médiactivistes. Dans le premier cas sont ainsi employées les expressions suivantes : « marché de l'enfant », « marchandisation des enfants », « juteux commerce de location de ventres », « business de la procréation pour des raisons de confort » ou encore « naissances délocalisées ». Dans le second, c'est l'expression plus discrète de « vie à naître », qui reconnaît au fœtus le statut d'être vivant, qui signe la prise de position des médiactivistes. L'emploi de ce vocabulaire singulier nécessite deux rappels. Le premier est que la réinformation repose notamment dans le refus d'employer le vocabulaire *mainstream* pour désigner certains faits sociaux, et la promotion d'expressions alternatives pour le remplacer passant notamment par l'écriture d'un lexique militant⁴⁶⁰. Cette attention prêtée au vocabulaire est notamment héritée de la Nouvelle droite. Sur les questions spécifiques de la famille et de la bioéthique, elle découle cependant aussi des nouvelles mobilisations catholiques. Dans leur ouvrage consacré aux mobilisations « anti-genre », Sara Garbagnoli et Massimo Prearo (2017) insistent sur la stratégie d'anathémisation du discours adverse adoptée par les acteurs ultra-conservateurs. Ces logiques sont accompagnées par la promotion d'un vocabulaire qui ne serait pas tributaire des positions progressistes, notamment avec l'édition par le Conseil

⁴⁵⁹ TV Libertés, « Macron met la France dans le rouge », *TV Libertés*, 24 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-met-la-france-dans-le-rouge-jeudi-24-septembre-2020>.

⁴⁶⁰ Jean-Yves Le Gallou, Michel Geoffroy & Polémia, *Dictionnaire de novlangue: Ces 1000 mots qui vous manipulent*, ed. Via Romana, 2015. Mon entretien avec Élise a été réalisé dans une salle de réunion de *TV Libertés* dans laquelle se trouvaient une bibliothèque ainsi que des cartons remplis d'ouvrages. J'ai identifié plusieurs exemplaires du *Dictionnaire* dans les rayons de la bibliothèque, pouvant laisser penser que les médiactivistes s'y réfèrent dans le cadre de leur travail.

pontifical pour la famille d'un *Lexique des termes ambigus sur la famille, la vie et les questions éthiques*.

L'analyse des trois sujets révèle finalement l'appui sur ce que Séverine Mathieu (Mathieu, 2020) qualifie de « rhétorique de l'anxiété », expression du sentiment d'inquiétude et d'insécurité des opposants à la reconnaissance par l'État du pluralisme familial. Cette rhétorique de l'anxiété apparaît notamment à la fin du reportage portant sur l'organisation à Paris du salon « Désir d'enfant⁴⁶¹ ». Le représentant associatif – ici le président de la Fondation Lejeune, Jean-Marie Le Méné – comme les médiactivistes s'appuient notamment sur une des *recettes rhétoriques* mises au jour par Albert Hirschman (2003), celle de la « mise en péril ». La généralisation de la PMA présenterait le risque de « faire des naissances non-naturelles la règle dans les années à venir », et donc de marginaliser le modèle familial traditionnel. Ceci du fait du postulat suivant : « comme toujours en matière bioéthique, l'exception risque de devenir la règle ». D'un point de vue iconographique, les images employées pour traiter du sujet s'appuient sur trois thématiques : la santé et l'hospitalier, à travers des prises de vue chez des gynécologues (Figure 28, captures [C] et [D]) et des images de manipulations en laboratoire ; la petite-enfance, avec des prises de vue d'une rentrée scolaire, montrant des enfants entrant dans leur salle de classe avec leurs parents (capture [E]) ; et les manifestations conservatrices d'opposition à la reconnaissance du pluralisme familial (captures [F], [G] et [H]).

« [Élise Blaise, en plateau] La promotion de la procréation médicale s'installe à Paris. Le salon pudiquement appelé « Désir d'enfant » [A], faisant la promotion de la GPA et de la PMA se tiendra samedi et dimanche porte de Champerret. Un évènement illégal selon l'association des Juristes pour l'enfance. Le point avec Olivier Frèrejacques. [Olivier Frèrejacques, voix off] Un salon qui fait de l'humain une marchandise [B]. Ça se passe à Paris les 5 et 6 septembre avec le salon nommé « Désir d'enfant » à l'espace Champerret dans le XVII^e arrondissement de la capitale. Au programme : des interventions d'entreprises et de cliniques étrangères, proposant des services de gestation pour autrui aux Français. Des services proposés alors même que la GPA est interdite dans notre pays. Il sera aussi question de procréation médicalement assistée, PMA, une méthode encore un peu encadrée en France. Face au caractère illégal de la tenue d'un tel salon, l'association des Juristes pour l'enfance a engagé une procédure, comme nous l'a expliqué son

⁴⁶¹ TV Libertés, « La révolte contre les masques obligatoires », *TV Libertés*, 4 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/la-revolte-contre-les-masques-obligatoires-jt-du-vendredi-4-septembre-2020>.

porte-parole, Aude Mirkovic. [Aude Mirkovic, au téléphone] L'association Juristes pour l'enfance a introduit un recours en référé libertés devant le Tribunal administratif de Paris pour demander l'interdiction de ce salon [C] qui fait la promotion et l'entremise en vue de la gestation pour autrui. Ou au minimum l'annulation des interventions des cliniques et sociétés étrangères qui pratiquent la GPA. [Olivier Frèrejacques, voix off] L'association a parallèlement déposé jeudi 3 septembre un pourvoi en cassation contre l'ordonnance de rejet de sa première requête en référé liberté et demande au Conseil d'État [D] d'annuler en urgence l'ordonnance du Tribunal administratif de Paris. Pour attirer l'attention de l'opinion et des autorités publiques, l'association a, outre ces démarches judiciaires, mis en avant les risques de dérives pouvant être engendrées par la démarche de ce salon, qui revient à autoriser des entreprises privées – motivées par le profit – à faire la promotion de la GPA, illégale en France. [Aude Mirkovic, « Porte-parole de Juristes pour l'enfance », au téléphone] Nous avons fait la comparaison avec la prostitution infantile, parce que le juge des référés a rejeté notre recours d'un revers de main, sans même nous accorder une audience, en estimant que, je la cite « la simple présence de sociétés étrangères pratiquant la gestation pour autrui ne suffit pas à caractériser une atteinte aux libertés fondamentales ». Donc ce raisonnement est très grave. Parce que si jamais on l'applique dans d'autres domaines, comme par exemple celui de la prostitution infantile, et bien ça donnerait le résultat suivant : il est possible d'organiser à l'espace Champéret un salon sur la prostitution infantile. On va inviter des sociétés étrangères qui organisent des séjours à l'étranger comportant des prestations de prostitution avec des enfants. Mais en revanche, évidemment, aucune prestation ne sera fournie sur place. C'est simplement de l'information : on va délivrer des prospectus, on va échanger des cartes de visite, et c'est tout. On voit bien l'artifice et l'hypocrisie d'une telle attitude. [Olivier Frèrejacques, voix off] L'association a à nouveau saisi le juge des référés vendredi et tentera tout pour faire annuler ce salon jusqu'à la dernière minute. [Aude Mirkovic, « Porte-parole de Juristes pour l'enfance », au téléphone] Nous n'allons pas en rester là. Parce que ce qui nous intéresse, c'est la protection des enfants. Et là, pour l'instant, le salon est toujours annoncé. Donc nous allons saisir à nouveau le juge des référés sur un autre fondement : le trouble à l'ordre public qui résulte de l'annonce d'infractions pénales, essentiellement le délit d'entremise en vue de la gestation pour autrui. Mais aussi l'achat de gamètes puisqu'il est proposé aux femmes françaises d'aller vendre leurs gamètes pour 5 000€ ici ou ailleurs. Et puis également des délits moins importants, mais enfin qu'on va quand même signaler, comme l'exercice commercial de la médecine ou encore la publicité trompeuse. Et puis bien sûr, nous déposerons des plaintes contre ce salon. Des plaintes parce que ce salon caractérise l'infraction d'entremise, donc d'intermédiaire, en vue de la GPA. [Olivier Frèrejacques, voix off] Des démarches associatives légales pour faire respecter la loi française violée par les organisateurs du salon. Des organisateurs qui avaient un petit peu trop anticipé et qui

n'avaient apparemment pas envisagé que la loi dite bioéthique mettrait autant de temps à être adoptée. En plus d'un maillage associatif militant pro-PMA et pro-GPA, le salon accueillera surtout des entreprises étrangères qui peuvent être les financiers de ces mêmes associations. Parmi ces entreprises, on retrouve des sociétés bien connues des Juristes pour l'enfance comme les Américains Extraordinary Conception ou encore San Diego Fertility. Des structures déjà poursuivies par les Juristes pour l'enfance et dont la majeure partie dispose de sites Internet francophones. Ils étaient donc dans les starting-blocks pour une légalisation et une généralisation des GPA [E] et PMA en France. Dans ce marché de l'enfant, les sociétés anglo-saxonnes [F] ont une part importante, mais il ne faut pas négliger les entreprises slaves, très en vogue en Occident car permettant l'insémination de mères porteuses choisies. Le choix d'une mère porteuse blonde aux yeux bleus, dans ces pays homogènes, est une aubaine pour les clients occidentaux qui, s'ils sont biberonnés au métissage, n'en demeurent pas moins amateurs de référents ethniques bien précis. Le risque, dès à présent, est de se voir former de manière tout à fait légale et dans un contexte de marché une prolifération des méthodes non naturelles de procréation. Des méthodes qui constituent encore l'exception, mais comme toujours en matière bioéthique, l'exception risque de devenir la règle. Ainsi, des études montreraient que des enfants issus de PMA sont statistiquement moins fertiles que ceux conçus naturellement. Ainsi, plus on favorisera les procréations médicales, plus on augmentera le nombre de personnes infertiles en engraisant par ailleurs les entreprises pharmaceutiques [G]. Une évolution que les divers facteurs environnementaux devraient également aggraver. À ce facteur d'infertilité s'ajoute aussi le facteur eugénique qui pourrait aussi faire des naissances non naturelles la règle dans les années à venir, comme le rappelle Jean-Marie Le Méné, président de la fondation Lejeune [Jean-Marie Le Méné, « Président de la Fondation Lejeune », au téléphone, archives du 29 juillet 2020] Il est à craindre, dans quelques années, que la procréation de droit commun [H] devienne la procréation médicalement assistée puisqu'il deviendra solidaire, il deviendra citoyen, il deviendra écologique de ne mettre au monde que des enfants par procréation médicalement assistée, puisqu'on pourra par la sorte éviter à la société de mettre au monde des enfants handicapés puisqu'avant l'implantation, on aura une idée déjà de ceux qui sont anormaux, qui ne sont pas conformes à la norme génétique ».



Figure 28 : Les développements apportés dans le sujet reposent notamment sur des entretiens téléphoniques avec Aude Mirkovic (Juristes pour l'enfance) et Jean-Marie Le Méné (Fondation Lejeune)

Par-delà le parallèle fait par Aude Mirkovic entre GPA et prostitution infantile qui correspond en premier lieu à un appel à l'émotion des internautes, il est intéressant de noter le jeu d'opposition construit par le discours des médiactivistes. D'un côté, ces derniers présentent la tenue du salon comme « illégale ». De l'autre, les démarches entamées devant la justice par l'association « Juristes pour l'enfance » constituent des « démarches associatives légales pour faire respecter la loi française

violée par les organisateurs ». Ceci quand bien même le juge saisi du dossier ne reconnaît pas ce caractère illégal à l'évènement. Il convient aussi de noter la relative confusion qui est entretenue entre GPA et PMA pendant le sujet. Si les deux pratiques sont présentées comme distinctes, la dénonciation de la première pendant la première partie du sujet fait rapidement place à la mise à l'index de la seconde.

8.5.3. Tendrer le micro à l'extrême droite : les sujets communautaires

Sur les quatre semaines d'observations, deux sujets et une brève sont consacrés à *l'actualité communautaire*, c'est-à-dire à l'actualité d'organisations relevant de l'extrême droite, et ici plus particulièrement de l'extrême droite identitaire. La brève concerne l'organisation Alvarium et est particulièrement courte, avec une durée de 26 secondes⁴⁶². Trois images seulement servent à illustrer le sujet : le logo de l'organisation (image fixe) ; une navigation sur un de ses communiqués, sur son site Internet (image animée) ; ainsi qu'une capture d'écran d'un article de Ouest-France⁴⁶³. La référence à ce dernier ne signifie cependant en rien que le commentaire proposé par les médiactivistes est aligné avec les productions du journal de la PQR. Ce dernier fait état de violences consécutives à la volonté de deux passants de décrocher les banderoles affichées sur le bâtiment occupé par l'association, et dans lequel ils offrent refuge à des sans-domicile-fixes, parmi lesquelles une affichait la formule « La France aux Français ». Le résumé proposé par les médiactivistes ne mentionne pas cette actualité, pourtant récente, et met lui plutôt l'accent sur les tensions qui existent entre l'Alvarium et la mairie d'Angers, en relayant son appel aux dons afin de « [poursuivre] son action solidaire ».

« L'Alvarium d'Angers poursuit son action solidaire. Depuis novembre 2018, les militants occupent un immeuble et rénovent le bâtiment afin de recevoir dignement des personnes dans le besoin. Une initiative pas au goût de la mairie angevine, qui a chargé des promoteurs de construire de nouveaux logements et qui a coupé l'alimentation en eau. Le centre communautaire d'action sociale, Alvarium, en appelle à la générosité de ses soutiens pour maintenir son action auprès des plus démunis ».

⁴⁶² TV Libertés, « Macron contre les libertés », *TV Libertés*, 11 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/macron-contre-les-libertes-jt-du-vendredi-11-septembre-2020>.

⁴⁶³ Fabre Maël, Jean-Bart Josué et Evain Emeric, « Angers. Opération coup de poing des identitaires d'Alvarium près des Restos du cœur », *Ouest France*, 9 septembre 2020. URL : <https://www.ouest-france.fr/pays-de-la-loire/angers-49000/angers-operation-coup-de-poing-des-identitaires-de-l-alvarium-pres-des-restos-du-coeur-6966019>.

Les deux sujets concernent des mobilisations internes identitaires, soit des moments militants participant à la construction d'une identité commune et au renforcement des liens qui existent entre les militants (Venner, 2006). Ainsi, le 7 septembre, à l'issue d'une édition du Journal, un sujet additionnel de plus de quatre minutes est consacré à la célébration des dix ans de la Ligue du Midi, organisation identitaire régionaliste (Jacquet-Vaillant, 2021). Deux semaines plus tard, le 21 septembre, le 7^e colloque de l'Institut Iliade, *think-tank* identitaire dont l'un des cofondateurs n'est autre que Jean-Yves Le Gallou, fait l'objet d'un sujet, rangé parmi les principaux sujets de l'édition. Ces deux sujets font partie des rares occasions pendant les quatre semaines pour lesquelles un médiactiviste est dépêché pour procéder à des captations et des entretiens. Dans les deux cas, il est intéressant d'observer le retrait manifeste de la position de commentateur généralement assumée par les médiactivistes. Les commentaires sont ainsi relativement rares dans le premier sujet, quand ils sont complètement absents du second. La parole est dans ce cadre avant tout laissée aux participants de ces mobilisations, qu'il s'agisse d'anonymes ou de figures identifiées. Ceux-ci accèdent dès lors à une plateforme leur permettant d'exprimer leurs vues ou encore les objectifs poursuivis par leurs organisations.

Je reproduis ici le texte du sujet consacré au dixième anniversaire de la Ligue du Midi⁴⁶⁴ afin d'illustrer ce retrait de la figure du commentateur. De fait, les propos du médiactiviste servent ici en premier lieu à apporter quelques éléments de contexte et à introduire les propos des participants interrogés devant la caméra, en reprenant parfois les mêmes éléments de langage (la « bouffée d'air frais » représentée par l'évènement). Ce sont ici six participants, dont l'identité et le statut sont précisés par un bandeau ajouté en bas de l'écran, qui s'expriment auprès du micro de *TV Libertés*. On retrouve parmi eux le fondateur du mouvement et son actuel porte-parole, mais aussi le président de la web-TV, Philippe Milliau, présenté comme tel⁴⁶⁵ (Figure 29, capture [F]) qui témoigne de son amitié et de son respect pour la Ligue du Midi. Aussi la web-TV n'est-elle pas seulement témoin de la mobilisation, elle

⁴⁶⁴ TV Libertés, « Insécurité, violences, ensauvagement : le bilan de Macron », *TV Libertés*, 7 septembre 2020. URL : <https://www.tvlibertes.com/insecurite-violences-ensauvagement-le-bilan-de-macron-jt-du-lundi-7-septembre-2020>.

⁴⁶⁵ Avant d'occuper cette position auprès de *TV Libertés*, Philippe Milliau a été membre du GRECE puis conseiller régional Front national. Passé au MNR de Bruno Mégret au moment de la scission, il a été l'un des principaux animateurs de la mouvance identitaire au début des années 2000. Il a notamment animé la fédération « Jeune Bretagne », Il est exclu du Bloc identitaire au début des années 2010 et se rapproche de Richard Roudier de la *Ligue du Midi* pour fonder le « Réseau identité » (Jacquet-Vaillant, 2021).

se présente comme un acteur y jouant un rôle actif. Dans sa mise en images, le sujet alterne ainsi entre témoignages, tournés en plan poitrine (captures [D], [F] et [H]) ; plans larges en extérieur et en intérieur visant à restituer l'ambiance de cette célébration militante (captures [C] et [G]) ; puis quelques plans serrés attirant l'œil sur le matériel militant et les slogans de l'organisation (captures [B] et [E]).

« [Élise Blaise, plateau] Et pour terminer ce tour d'actualité, [A] partons dans le Sud de la France où la Ligue du Midi fêtait ses 10 ans. [voix off] [B] Déjà 10 ans. L'anniversaire de la Ligue du Midi [C] se tenait ce weekend. Près de 400 sympathisants étaient rassemblés en Petite-Camargue pour célébrer les noces d'étain du mouvement identitaire languedocien. Un nouveau cap franchi pour Richard Roudier, président et fondateur de la Ligue du Midi. [Richard Roudier, « Président et fondateur de la Ligue du Midi »] [D] La Ligue est devenue le premier mouvement de la mouvance nationale en termes de mobilisation puisque personne n'est capable de mobiliser en Occitanie 400 personnes. Donc un nombre croissant d'adhérents... Un réseau avec la participation d'un certain nombre de militants d'autres groupes, des orateurs qui ne font pas partie intégralement de la mouvance identitaire... [voix off] L'occasion de tirer un bilan sur le [E] travail effectué pendant cette première décennie. [Richard Roudier, « Président et fondateur de la Ligue du Midi »] L'opération saucisson-pinard et les Assises contre l'islamisation. Une manifestation anti-islam avec Riposte laïque... Toutes les manifestations anti-halal, anti-attentats, etcetera... En passant par Médine où nous avons fait avec les camarades une grosse opération d'agitation-propagande qui avait amené à la suppression du concert de Médine. Bon, je crois que la Ligue... on a besoin de la Ligue aujourd'hui. [voix off] Aux côtés de Patrick Jardin, Pierre Cassin, François Galvaire ou encore de Valérie Laupies, le président de TV Libertés Philippe Milliau est venu adresser un soutien fraternel à cette structure alternative. [Philippe Milliau, « Président de TV Libertés »] [F] La Ligue du midi, c'est une organisation qui a été fondée par mon ami Richard Roudier que j'ai connu dans des temps très jadis où nous étions jeunes ensemble, militants aux côtés de Dominique Venner dont je salue ici la mémoire. Dans la culture, il y a une idée de transmission. Or la Ligue du Midi transmet car quand je regarde les centaines de personnes présentes, je vois des gens de tous âges, avec plutôt une dominante jeune qui montre que la Ligue a su transmettre à cette nouvelle génération [voix off] [G] Une bouffée d'air frais pour les sympathisants identitaires de la région qui après plusieurs mois de crise sanitaire ont enfin pu retrouver le goût de la fête. [Alexandre, « Jeune sympathisant de la Ligue du Midi »] Voir des gens qui réagissent pareil et qui atténuent pas les choses et qui... et simplement qui disent ce qu'ils pensent réellement, ça... ça fait du bien quoi. Donc... C'est un peu une bouffée d'air frais en fait. [Valérie Laupies, « Conseillère municipale de Tarascon (Bouches-du-Rhône) »] Je pense qu'aujourd'hui, notre combat patriotique doit vraiment tisser un réseau de tout ce qui est mouvements patriotes, nationalistes et identitaires. Donc il ne s'agit plus d'avoir ces

petites chapelles, chacun dans son coin, mais vraiment de nous entendre sur l'essentiel, c'est-à-dire notre nation... Notre identité, qui va avec. [Olivier, « Sympathisant de la Ligue du Midi »] L'organisation est super, on a rencontré des gens super intéressants.... Et on a pris des contacts aussi pour organiser la lutte... [voix off] Cap désormais vers un nouvel horizon axé sur le recrutement, la formation de futurs militants, et une implantation locale élargie dans la région Occitanie. [Olivier Roudier, « Porte-parole de la Ligue du Midi »] [H] Bon, il faut recruter, hein. La première de nos perspectives, c'est de recruter. Et surtout former nos militants. Ça, c'est important. Je crois qu'on a vraiment insisté là-dessus hier, sur la nécessité de former nos militants... Gagner... gagner en nombre, mais surtout gagner en qualité et en compétences personnelles... Ensuite, les perspectives.... Nous avons un calendrier, c'est-à dire que nous allons descendre dans chaque ville d'Occitanie... au fur et à mesure des mois qui arrivent. Nous allons nous rendre dans toutes les grandes villes d'Occitanie et nous allons mettre en place... nous allons redynamiser nos sections locales. Parce qu'on va travailler sur de l'implantation locale cette année. C'est une des pistes qui a été dégagée hier ».



Figure 29 : Les sujets communautaires, traitant de l'actualité des extrêmes droites, sont caractérisés par la parole qui est laissée aux acteurs participant aux mobilisations couvertes

Les développements de ce chapitre ont permis de mieux caractériser les contre-discours produits par les acteurs de la réinformation. Je l'ai souligné en préambule, les observations apportées ici ne peuvent pas être aisément généralisées du fait de la

position singulière occupée par *TV Libertés* : celle d'un média bénéficiant d'une certaine centralité dans le monde de réinformation (Chapitre 2), ayant une production régulière et parvenant à offrir une opportunité de professionnalisation aux médiactivistes (Chapitre 7). Il m'apparaît cependant que la démarche entreprise ici se révèle heuristique et mérite d'être employée de nouveau dans l'étude des contre-discours sur l'actualité.

Approcher la production discursive comme une activité sociale permet de ne pas chercher à leur fixer un sens univoque, ou à déterminer l'intention qui leur est sous-jacente. Il s'agit plutôt de prendre note de l'ensemble des contraintes qui pèsent sur l'élaboration des contre-discours de réinformation. Ici, elles sont nombreuses et concernent en premier lieu les moyens humains et financiers limités dont dispose la web-TV pour son Journal quotidien. L'observation invite à reconsidérer le postulat de Dominique Cardon et Fabien Granjon (2010) : le programme affiche une ambition bien plus prosélyte que communautaire. En effet, les thématiques traitées sont nombreuses et partiellement alignées sur l'agenda médiatique des journaux télévisés sur la même période.

La mise en images des unités d'information est très dépendante du *mainstream*. Comme l'illustrent les observations et les entretiens avec les médiactivistes, elle l'est en premier lieu eu égard à l'emploi des images de l'AFP. Elle est aussi sensible à travers l'emploi régulier de captures d'écran d'articles de presse pour illustrer les unités d'information. Le recours aux caricatures, dans les sujets et à travers les vignettes, est un élément distinctif des productions de *TV Libertés*, mais qui reste marginal. En effet, les vignettes ne sont pas affichées pendant la durée du programme – elles le sont seulement sur le site, avant le démarrage de la vidéo – et un seul sujet recourt au dessin de presse pendant les quatre semaines d'observation. C'est ainsi au niveau du commentaire que se logent les principaux traits caractéristiques du contre-discours de réinformation sur l'actualité. Prolongeant les constats de Per-Erik Nilsson (2021), je constate que la rhétorique des médiactivistes s'appuie sur l'implicite et le sous-entendu, ainsi que sur la volonté de tourner en dérision le gouvernement d'Emmanuel Macron.

La sélection de trois thématiques a en outre permis de souligner certaines caractéristiques des contre-discours. Le méta-sujet (Rebillard *et al.*, 2012) représenté par la crise du Covid invite ainsi à prendre compte de la dimension

populiste qui est au cœur de la production discursive des médiactivistes. Ici, c'est à travers la convocation régulière de la « figure Raoult » (Pierru, 2020) qu'elle se déploie. La thématique a aussi permis de souligner le recours au registre polémique (Amossy, 2014) : il ne s'agit pas seulement pour les médiactivistes d'enregistrer les événements et de mieux permettre leur compréhension, mais aussi et surtout de devenir les opposants du gouvernement en réfutant ses positions et en cherchant à y jeter le discrédit. La thématique de la bioéthique et de la famille a été l'occasion de souligner d'autres traits des productions médiactivistes : la convocation d'expertises différentes de celles convoquées par les journaux télévisés *mainstream* (ici, des représentants des associations « pro-vie », et donc opposées à l'avortement, ainsi qu'à la PMA et à la GPA), ainsi que l'emploi d'un vocabulaire éminemment distinctif. Finalement, les unités d'information consacrées à l'actualité de l'extrême droite sont caractérisées par un retrait de la position du médiactiviste-commentateur, dont les sujets précédents ont pourtant montré l'importance dans la construction du discours de réinformation. Il s'agit plutôt ici de donner la parole aux représentants de l'extrême droite, et de leur permettre de rencontrer une plateforme permettant de porter leurs discours.

Les développements apportés dans cette partie ont donc eu pour objet d'apporter un regard microsociologique sur les mobilisations informationnelles relevant de la réinformation. J'ai consacré un chapitre aux « carrières médiactivistes » (Chapitre 7), en cherchant à souligner les apports que représentent la sociologie du journalisme et la sociologie de l'engagement pour circonscrire cet objet. J'ai isolé deux facteurs permettant de mieux comprendre l'entrée en médiactivisme : une socialisation politique à droite et à l'extrême droite, ainsi que des relations encourageant l'accès à ce monde social. Une réflexion inspirée des textes de Daniel Gaxie (1977, 2005) invite par ailleurs à identifier les rétributions, matérielles et symboliques, que les acteurs tirent de leur engagement et qui favorisent son maintien dans la durée.

L'analyse des contre-discours sur l'actualité produits par les médiactivistes fait l'objet du dernier chapitre de ce travail doctoral (Chapitre 8). Inspiré par le travail de Jean-Pierre Esquenazi (2014) j'ai souligné qu'un ensemble de contraintes pèsent sur la production du Journal de *TV Libertés* et exercent une influence directe sur le contenu proposé aux internautes : faiblesse des effectifs de la web-TV, forte dépendance à l'égard des images fournisseurs par l'AFP, *etc.* Une analyse concentrée sur trois thématiques révèle les spécificités de ces contre-discours : la convocation d'expertises spécifiques, l'emploi de la caricature et de la dérision et le recours à un vocabulaire distinctif.

Ces chapitres sont aussi l'occasion d'insister sur les apports qu'ont représentés les parties précédentes – et notamment celle consacrée à la réinformation comme aire d'activité – pour mieux comprendre les deux dimensions ici investiguées. Les conditions économiques de production de contre-discours (Chapitre 5) exercent notamment une influence directe sur les carrières médiactivistes, ainsi que sur la production de contre-discours.

Conclusion

Cette recherche doctorale a donc eu pour ambition de revenir sur les mobilisations informationnelles d'extrême droite. Conformément aux préconisations d'Éric Agrikoliansky et Annie Collovald (2014), il s'est agi de ne pas les traiter sous le prisme de l'*extra-ordinaire*. Cette exigence se traduit à deux niveaux.

Le premier est le recours à un cadre théorique inspiré de la sociologie interactionniste. La notion de « monde de la réinformation » présente pour intérêt de détourner le regard des seules productions discursives issues de ces mobilisations pour adopter une perspective plus englobante. Il s'agit alors d'étudier une aire culturelle dont l'activité principale est la critique des médias *mainstream* et la production de contre-discours sur l'actualité. Cette aire culturelle comprend plusieurs aires d'activité, parmi lesquelles une occupe une place centrale : l'animation de sites et blogs. Cette perspective invite à l'emploi de plusieurs notions ayant fait l'objet de développements dans ce travail. Celles de « personnels de renfort » et de « conventions » notamment, qui permettent d'observer la manière dont se construit collectivement une offre de contre-discours sur l'actualité. Celle de « carrières », et plus précisément de « carrières médiactivistes », qui invite à porter le regard sur les transferts de capitaux militants à l'œuvre entre mobilisations informationnelles et extrême droite partisane, mais aussi aux effets des trajectoires de vie sur les engagements individuels. Le regard interactionniste sur ce fait social encourage en outre à prêter une attention particulière aux rapports qu'entretiennent les contre-médias de réinformation avec les médias *mainstream*, point qui fait l'objet de la première partie de cette thèse. La notion de frontière, notamment développée dans le cadre de la sociologie des professions, présente ici un intérêt heuristique fort : elle désigne l'espace où se cristallise le conflit qui oppose un groupe cherchant à préserver son territoire professionnel et les acteurs qui contestent son autorité et sa légitimité. Dans ce cadre, j'ai souligné que l'éthique propre au journalisme, ainsi que les valeurs sur lesquelles s'appuie la profession font l'objet de conflits

d'interprétation. C'est notamment le cas des exigences de neutralité, de rigueur et de vérification.

Le second niveau est la mobilisation de travaux relevant de la sociologie du journalisme et des *alternative media studies*, et ce en particulier à l'occasion de la deuxième partie. Cette exigence participe au principe de symétrie recommandé par Éric Agrikoliansky et Annie Collovald (2014). Dans la lignée des propositions de Kristoffer Holt (2019), je propose d'étudier les pratiques effectives des contre-médias de réinformation pour les placer dans différents *continnums* distinguant les manières « convenues (et acceptées) de faire média » (Atton, 2004, p. ix, je traduis) et les formes alternatives. L'introduction avait été l'occasion de revenir sur les dimensions pouvant être retenues dans l'analyse (Tableau 1) : les sources de financement, le statut des acteurs impliqués dans la production de contenus, le fonctionnement interne, les circuits de diffusion adoptés, *etc.* Le recours à ces deux types de littérature permet de mettre l'accent sur les logiques d'hybridation qui traversent le monde de la réinformation, qui oscille entre pratiques alternatives et modes organisationnels inspirés du *mainstream*.

Retour sur les hypothèses

Comme j'en avais formulé l'hypothèse, le contrôle économique des médias par des puissances industrielles et financières fait l'objet de critiques (H1). Ce point a notamment été illustré par la mobilisation de productions discursives de *Polémia* et de l'*Observatoire du journalisme*. J'ai d'ailleurs souligné qu'à cet égard la critique des médias portée par les acteurs du monde de la réinformation croise celle réputée « de gauche », ce qui invite à étudier les stratégies de rétorsion à l'œuvre (Angenot, 1982). Elle ne se limite cependant pas aux acteurs privés, et les médias de service public en font aussi l'objet. En réalité, c'est l'ensemble du groupe professionnel formé par les journalistes qui est mis à l'index. Ceci est motivé par leurs prises de position et leurs orientations politiques, réelles ou supposées. L'analyse de la cérémonie des Bobards d'or a notamment permis de souligner que la profession est présentée comme complice du libéralisme culturel (H2). Ceci prolonge les constats de Marc Jacquemain (2015) : dans les discours des médiactivistes, les journalistes occupent la position d'ennemis du haut, complices

d'identités essentialisées accusées de mettre en péril la France et l'identité française. Les intérêts des deux groupes – puissances industrielles et financières d'un côté et journalistes de l'autre – convergeraient par ailleurs, comme le laisse entendre la formule de *Polémia* « la sainte alliance du trotskysme de rédaction et du capitalisme financier ». Le produit de cette entente tacite serait alors une représentation faussée et tronquée du social. La cérémonie des Bobards d'or illustre justement l'articulation du monde de la réinformation autour d'un univers de discours brocardant les médias et appliquant un doute systématique à chacune de leurs productions (H3).

Cette thèse a aussi permis d'observer les pratiques des médiactivistes de réinformation. L'analyse a permis de prolonger un constat souligné dans la littérature : les contre-médias dépendent fortement des productions *mainstream* dans leur production de contre-discours sur l'actualité (H5). J'ai souligné à plusieurs reprises les manifestations de cette dépendance. Elle est flagrante dans la *mise en images* du Journal de *TV Libertés*, qui recourt aux images de l'*Agence France Presse* et emploie des captures d'écran de la presse conventionnelle. Elle est paradoxale au moment de la cérémonie des Bobards d'or, quand les preuves des mensonges des journalistes *mainstream* proviennent de ces mêmes médias. Plus largement, l'analyse du Journal de *TV Libertés* sur quatre semaines permet de souligner que les thématiques traitées croisent en partie celles traitées par les médias conventionnels. Dans ces conditions, l'agenda est effectivement peu autonome et l'activité de réinformation consiste en premier lieu dans un travail de commentaires portant sur des informations produites par les médias *mainstream*. La place accordée au vocabulaire et à la tonalité des discours est ici extrêmement importante et elle doit être soulignée (H6). J'ai montré à plusieurs reprises le fait qu'héritière de la stratégie de la Nouvelle droite, la fondation *Polémia* a produit un dictionnaire militant dont l'objet est de mettre le vocabulaire au cœur du « combat culturel ». Ce souci pour le vocabulaire employé est aussi sensible dans l'analyse des productions de *TV Libertés*, en particulier dans le cas des sujets traitant de la filiation et de la bioéthique. J'ai aussi souligné l'importance du ton dans les discours produits au sein du monde de la réinformation. Les productions doctrinales de *Polémia* sont caractérisées par une rhétorique agonique. De la même manière, l'ensemble des contre-discours sur l'actualité mobilisés dans ce travail de thèse s'appuie sur la dérision et la satire, ce qui rompt avec les canons du journalisme d'information. À

ce titre, cette thèse devrait contribuer à l'analyse des usages politiques de l'humour, et ce en particulier à travers son troisième chapitre.

La quatrième hypothèse (H4) que j'avais dégagée dans mon introduction appelle, elle, à des développements moins tranchés. Le retour sur les carrières médiactivistes a permis de souligner que les animateurs des sites et blogs de réinformation ne sont pas, dans leur grande majorité, passés par des formations en journalisme. Un segment du monde de la réinformation permet en outre l'expression d'une variété de voix profanes, ne se revendiquant pas du journalisme et ne cherchant pas à se conformer aux exigences d'objectivité qui caractérise la profession. C'est notamment le cas de *Riposte laïque* et *Résistance républicaine*, sites qui comptent tous les deux plus de mille contributeurs. À ces deux titres, il apparaît pertinent d'écrire que les médias de réinformation ont pour objet de porter une parole profane. Pour autant, une grande partie des contre-médias reproduit les logiques des médias *mainstream*, en s'appuyant sur le travail d'une élite éditoriale et en contrôlant – voire en limitant – les possibilités de participation pour les internautes ordinaires. L'exemple de la rédaction de *TV Libertés* est un exemple paradigmatique de cette tendance. On observe donc une tension au sein du monde de la réinformation entre logiques d'ouverture et d'expressivité – où les médiactivistes occupent une position d'animateurs de communautés – et logiques de *gatekeeping*, à travers lesquelles ils maintiennent un contrôle fort sur l'activité éditoriale.

Par-delà les réponses apportées aux hypothèses posées au début de ce travail, cette thèse présente deux principaux résultats. Ceux-ci éclairent l'activité des acteurs du monde de la réinformation. Plus largement, ils permettent de mieux comprendre la manière dont le secteur extra-partisan de l'extrême droite française emploie Internet. Cette thèse invite aussi à discuter la notion de contre-médias telle qu'elle a été proposée dans un travail d'universitaires finlandais (Noppari *et al.*, 2019). Finalement, je dégage quelques pistes de réflexion pour de futurs travaux.

Un espace de sociabilité

Le premier de ces résultats concerne la nécessité d'appréhender le monde de la réinformation comme un espace de sociabilité s'étendant bien au-delà des écrans, des claviers et des interfaces numériques. Le dispositif d'enquête a permis de mettre

l'accent sur l'existence de plusieurs évènements qui rythment la vie de ce monde social, et contribuent à son dynamisme. Les mobilisations internes, qui prennent différentes formes, permettent d'assurer une forme de cohésion autour de dénonciations et de pratiques partagées. Les exemples de la cérémonie des Bobards d'or et des Forums de la dissidence en constituent d'excellentes illustrations. Il faut cependant bien noter que le tissu de sociabilités dépasse ces deux moments militants formalisés, et invite à prendre en compte l'ensemble des relations, formelles et informelles, qu'entretiennent les médiactivistes. Mes jeunes enquêtés, comme ceux issus de la mouvance identitaire, ont témoigné dans leurs entretiens du fait que les relations entre médiactivistes se confondent fréquemment avec des relations affinitaires fortes. Dès lors, les notions d'engagement et de pari adjacent développées par Howard Becker (1960) apparaissent particulièrement heuristiques pour comprendre la manière dont ces relations exercent une influence sur l'implication des acteurs dans ce monde.

Ce constat distingue par ailleurs le monde de la réinformation français de celui des médiactivistes « anti-immigration » suédois récemment étudiés par Kristoffer Holt (2019). Ce dernier observe que les contre-médias relaient les productions les uns des autres, mais qu'ils ne développent pas de relations hors-ligne, ni n'entretiennent de réseau de collaboration. Bien au contraire, les contre-médias français s'appuient sur des réseaux de sociabilité déjà existants, organisent des mobilisations internes communes, et tentent de mettre en œuvre des réseaux de collaboration, à l'image des liens qui existent entre *TV Libertés* et le *Visegrád Post*, et plus largement entre la web-TV et les sites identitaires locaux du « groupe Libertés ».

Ce résultat appelle finalement à des considérations d'ordre méthodologique : l'articulation des méthodes est nécessaire à l'étude de l'emploi d'Internet par l'extrême droite française. Les observations en ligne, pour aussi riches que soient les résultats auxquels elles aboutissent, doivent être complétées par des données recueillies hors-ligne. Entretiens et observations permettent de donner une profondeur sociale aux traces laissées en ligne, et de les inscrire dans la toile des activités et des sociabilités ordinaires des militants d'extrême droite.

Mobilisation des ressources et professionnalisation de la production de contre-discours

Étudier le monde de la réinformation comme une aire d'activité a été l'occasion d'insister sur son hétérogénéité, notamment eu égard aux modes de financement adoptés et à l'intensité des ressources matérielles et humaines mobilisées. À ce titre, j'ai observé que l'implication des médiactivistes dans certains contre-médias donne lieu à une rémunération. De la même manière, le personnel de renfort, dont le concours est nécessaire à la bonne réalisation des productions dans ce monde, peut être rémunéré. Les modalités de collaboration ne sont par ailleurs pas uniformes, et elles vont du salariat à l'autoentreprise.

Ce résultat constitue une importante distinction d'avec le médiactivisme progressiste, qui est caractérisé par une certaine précarité (Atton, 2002 ; Comedia Group, 1984). Par-delà les seules considérations économiques, ce constat a une incidence directe sur les carrières médiactivistes. La rémunération et les opportunités de professionnalisation – quand bien même elles sont peu nombreuses – constituent en effet des rétributions (Gaxie, 1977, 2005) qui favorisent l'engagement des acteurs et leur maintien dans le monde de la réinformation. L'exemple de Thibault illustre parfaitement cette tendance : la multiplication des piges rémunérées auprès de différents contre-médias lui a permis d'abandonner son travail de traducteur pour se consacrer pleinement à la production de contre-discours. L'engagement militant et bénévole est, dans son cas, devenu une profession.

L'intérêt porté aux conditions économiques qui régissent la production de contre-discours nécessite d'être appliqué à d'autres aires d'activité d'extrême droite développant un usage important des ressources numériques : *youtubers* identitaires et masculinistes, mobilisations « pro-vie », *etc.* Une approche inspirée des travaux d'Howard Becker apparaît à ce titre d'autant plus intéressante qu'elle permet de rendre compte des ressources mobilisées et des modalités de financement adoptées par ces acteurs. Ceci nécessite d'autant plus de développements que le souci apporté aux conditions économique de production peut servir de facteur explicatif au

moment d'étudier le succès rencontré par certaines mobilisations et certains contre-discours (Schradié, 2019).

Une notion à discuter : les « contre-médias »

J'ai mobilisé tout au long de ce travail la notion de « contre-médias », initialement proposée par des universitaires finlandais (Noppari *et al.*, 2019). Celle-ci permet de faire référence aux sites Internet partageant deux caractéristiques. La première est de développer une production réactive, c'est-à-dire dépendante des discours journalistiques sur l'actualité. La seconde est la volonté de constituer des contre-publics (Fraser, 2001 ; Warner, 2010). Une telle approche présente cependant une limite : les contre-publics subalternes, tels qu'ils sont théorisés par Nancy Fraser, disposent d'un volume limité de ressources culturelles, discursives et politiques. Mon travail prolonge cependant certaines conclusions apportées dans des travaux portant sur la réinformation (Jammet et Guidi, 2017 ; Vauchez, 2018) : les médiactivistes sont généralement bien dotés d'un point de vue culturel et social. De ce fait, les approcher comme subalternes peut être problématique.

Aussi, la notion de contre-média peut-elle être reformulée à l'aune des écrits d'Oskar Negt et Alexander Kluge (2016). Leur critique de l'espace public habermassien les conduit à appréhender l'espace public comme « le point où convergent et s'exercent conjointement les forces de légitimation et de délégitimation du système » (Sedda, 2015, p. 4). Les espaces publics oppositionnels désignent sous leur plume « tous les potentiels humains rebelles, à la recherche d'un mode d'expression propre » (Negt, 2007, p. 222). La réflexion à laquelle aboutit ce travail invite à appréhender les contre-médias de réinformation comme des « espaces médiatiques oppositionnels », (Sedda, 2017), permettant le développement de discours reconnus comme illégitimes dans les espaces *mainstream* du fait de leur contenu et/ou de leur forme. Ils sont des « voies, canaux, “tuyaux” et routes pour faire entendre [ces] opinions et conceptions du monde » (Negt, 2007, p. 160). S'y développent de nouvelles formes de sociabilité et de coopération, dont les exemples émaillent cette thèse.

À ce titre, les contre-médias de réinformation participent au développement et à l'affirmation d'une identité dont se revendique l'extrême droite, permettant

l'agrégation de ses différentes composantes. Leur ambition oppositionnelle marque aussi une rupture avec l'observation de Dominique Cardon et Fabien Granjon qui voyaient dans le « continent noir du médiactivisme » des initiatives « plus communautaires que prosélytes » (Cardon et Granjon, 2010, p. 8). Les médiactivistes du monde social observé cherchent en effet à exercer une influence sur les représentations dominantes. À l'issue de ce travail, je propose donc d'enrichir la définition des contre-médias de réinformation en m'inspirant de la notion d'espace médiatique oppositionnel proposée par Paola Sedda (2017). Ils constituent *des espaces s'appuyant sur des discours et des pratiques propres, se distinguant tout à la fois de la politique institutionnelle, des médias mainstream et des formes de militantisme traditionnel. Ils donnent une expression politique aux différentes mouvances de l'extrême droite française et ont pour finalité d'exercer une influence sur les représentations dominantes.*

Pistes de recherche

Les développements apportés dans cette recherche doctorale soulèvent de nouvelles interrogations et permettent de dessiner de nouvelles pistes de recherche. Celles-ci correspondent tout d'abord à des logiques d'approfondissement, dans une perspective mésosociologique et microsociologique. Il apparaît aussi nécessaire d'observer les éventuelles coopérations qui existent entre le médiactivisme de réinformation et des mobilisations informationnelles dans d'autres pays occidentaux, alors que celles-ci sont favorisées par l'emploi des outils numériques. Au niveau mésosociologique, des compléments d'information permettraient d'enrichir les connaissances relatives à ce monde social. Il s'agirait en premier lieu de réaliser des entretiens avec les acteurs occupant la fonction de personnel de renfort auprès des contre-médias de réinformation. Ceux-ci font partie des « invisibles » (Charron *et al.*, 2014) dont les témoignages peuvent offrir un nouvel éclairage sur les chaînes de coopération mises en place dans la production de contre-discours. D'après mes enquêtés, ces acteurs sont de plus généralement multi-positionnés, en travaillant tout à la fois dans des médias *mainstream* et des contre-médias, et des analyses en termes de carrière peuvent à ce titre être extrêmement intéressantes. Par ailleurs, j'ai mentionné dans cette thèse l'existence d'une

formation en journalisme fréquentée par une des enquêtée : l'Institut Libre du Journalisme de l'Institut de Formation Politique (IFP). Une telle initiative mérite d'être étudiée à deux égards : tout d'abord parce qu'elle est un espace de formation à destination d'aspirants médiactivistes, mais aussi parce qu'elle constitue un nouvel espace de convergence participant à la critique des médias *mainstream* pour l'extrême droite.

Dans une perspective microsociologique, des analyses portant sur la réception des contre-discours sur l'actualité permettraient de mieux comprendre la manière dont Internet participe à la cristallisation des cultures et identités politiques à l'extrême droite. L'étude des consommations médiatiques effectives du public de ces contre-médias permettrait aussi certainement d'enrichir la littérature portant sur la défiance à l'égard des organisations médiatiques *mainstream*.

Finalement, cette thèse s'est concentrée sur les mobilisations informationnelles de l'extrême droite française. Celles-ci nécessitent d'être insérées dans un écosystème plus large comprenant d'autres aires géographiques et linguistiques. Il s'agirait alors d'observer les inspirations mutuelles que représentent les médiactivismes d'extrême droite, ainsi que les éventuelles collaborations qu'ils peuvent établir, ponctuellement ou plus durablement. Quelques-unes de mes observations encouragent les développements allant dans ce sens : la présence de médiactivistes de *Breitbart* lors d'éditions passées des Bobards d'or, ou encore l'existence du bulletin *Zentropa*, animé tout à la fois par des militants identitaires français et des membres de l'organisation italienne Casapound. À cet égard, les travaux sur la transnationalisation des discours (Froio et Ganesh, 2018) et la circulation des idées (Leconte, 2019 ; Maly, 2022) à l'extrême droite représentent des ressources précieuses.

Bibliographie

- Abbott, Andrew (2009). 11. À propos du concept de Turning Point. In Michel Grossetti, Marc Bessin et Claire Bidart (dirs.) *Bifurcations. Les sciences sociales face aux ruptures et à l'évènement* (p. 187-211). Paris : La Découverte.
- Abbott, Andrew Delano (1988). *The system of professions: an essay on the division of expert labor*. Chicago : University of Chicago Press.
- Agrikoliansky, Éric (2001). Carrières militantes et vocation à la morale : les militants de la LDH dans les années 1980. *Revue française de science politique*, 51(1-2), 27-46.
- Agrikoliansky, Éric (2017). Les « carrières militantes ». Portée et limites d'un concept narratif. In Olivier Fillieule, Florence Haegel, Camille Hamidi et Vincent Tiberj (dirs.) *Sociologie plurielle des comportements politiques* (p. 167-192). Paris : Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.).
- Agrikoliansky, Éric et Collovald, Annie (2014). Mobilisations conservatrices : comment les dominants contestent ? *Politix*, 106(2), 7-29.
- Aguilera, Thomas et Chevalier, Tom (2021). Les méthodes mixtes : vers une méthodologie 3.0 ? *Revue française de science politique*, 71(3), 361-363.
- Albertini, Dominique et Doucet, David (2016). *La fachosphère: comment l'extrême droite a remporté la bataille d'Internet*. Paris : Flammarion.
- Alduy, Cécile et Wahnich, Stéphane (2015). *Marine Le Pen prise aux mots: décryptage du nouveau discours frontiste*. Paris : Éditions du Seuil.
- Allard, Laurence (2005). Express Yourself 2.0 ! Blogs, Podcasts, fansubbing, mashups... : de quelques agrégats technoculturels à l'ère de l'expressivisme généralisé. In Eric Macé et Eric Maigret (dirs), *Penser les médiacultures : Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde* Paris : Armand Colin.
- Amazeen, Michelle A. (2015). Revisiting the Epistemology of Fact-Checking. *Critical Review*, 27(1), 1-22.
- Amossy, Ruth (2014). *Apologie de la polémique*. Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France.
- Angenot, Marc (1982). *La parole pamphlétaire: contribution à la typologie des discours modernes*. Paris : Payot.
- Angenot, Marc (1989). Hégémonie, dissidence et contre-discours : réflexions sur les périphéries du discours social en 1889. *Études littéraires*, 22(2), 11-24.
- Atton, Chris (2002). *Alternative media*. London ; Thousand Oaks [Calif.] : SAGE.
- Atton, Chris (2004). *An Alternative Internet*. Edinburgh University Press.
- Atton, Chris (2006). Far-right media on the internet: culture, discourse and power. *New Media & Society*, 8(4), 573-587.
- Atton, Chris (2015). *The Routledge companion to alternative and community media*. London ; New York : Routledge, Taylor & Francis Group.
- Atton, Chris et Hamilton, James Frederick (2008). *Alternative journalism*. London ; Thousand Oaks, Calif : Sage.
- Aubert, Aurélie (2009). Le paradoxe du journalisme participatif. Motivations, compétences et engagements des rédacteurs des nouveaux médias (enquête). *Terrains & travaux*, 15(1), 171-190.

- Augey, Dominique, Vaissade, Marie-Christine Lipani, Ruellan, Denis et Utard, Jean-Michel (2006). 3. Dis à qui tu te donnes...La presse quotidienne gratuite ou le marketing du don. In Roselyne Ringoot et Jean-Michel Utard (dirs), *Le journalisme en invention* (p. 89-123). Presses universitaires de Rennes.
- Auray, Nicolas, Hurault-Plantet, Martine, Poudat, Céline et Jacquemin, Bernard (2009). La négociation des points de vue. une cartographie sociale des conflits et des querelles dans le Wikipédia francophone. *Réseaux*, 154(2), 15-50.
- Badouard, Romain (2021a). Les plateformes, nouveaux censeurs ? *Esprit*, Mars(3), 19-23.
- Badouard, Romain (2021b). *Modération. Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics* [En ligne] <http://publictionnaire.huma-num.fr>. 13.10.2021.
- Balibar, Étienne (2011). Racisme et politique communautaire : les Roms. *Lignes*, 34(1), 135-144.
- Baloge, Martin et Hubé, Nicolas (2021). France: Governmental Unpreparedness as a Discursive Opportunity for Populists. In Giuliano Bobba et Nicolas Hubé (dirs), *Populism and the Politicization of the COVID-19 Crisis in Europe* (p. 59-71). Cham : Springer International Publishing.
- Bargel, Lucie (2009). Socialisation politique. In Olivier Fillieule, Lilian Mathieu et Cécile Péchu (dirs.) *Dictionnaire des mouvements sociaux* (p. 510-517). Paris : Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.).
- Bargel, Lucie (2014). Apprendre un métier qui ne s'apprend pas. Carrières dans les organisations de jeunesse des partis. *Sociologie*, 5(2), 171-187.
- Barnidge, Matthew et Peacock, Cynthia (2019). A Third Wave of Selective Exposure Research? The Challenges Posed by Hyperpartisan News on Social Media. *Media and Communication*, 7(3), 4-7.
- Bar-On, Tamir (2012). The French New Right's Quest for Alternative Modernity. *Fascism*, 1(1), 18-52.
- Bastin, Gilles (2003). Les professionnels de l'information européenne à Bruxelles. Sociologie d'un monde de l'information (territoires, carrières, dispositifs). (Thèse de doctorat) Cachan : Ecole Normale Supérieure de Cachan.
- Bastin, Gilles (2010). Note sur l'usage des réseaux dans les sciences sociales. In Corinne Bonnet, Véronique Krings et Catherine Valenti (dirs), *Connaître l'Antiquité. Individus, réseaux et stratégies du XVIIIème au XXIème siècle* (p. 13-27). Presses Universitaires de Rennes.
- Bastin, Gilles (2012). Le « cas Mathieu » ou l'entretien renversé. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 1(1), 40-51.
- Bastin, Gilles (2015). Analyser les carrières des journalistes dans les mondes de l'information : Propositions pour une enquête indirecte sur le réseau LinkedIn. In Christine Leteinturier et Cégolène Fisque (dirs), *Les espaces professionnels des journalistes. Des corpus quantitatifs aux analyses qualitatives* (p. 203-228). Paris : Panthéon-Assas.
- Bastin, Gilles (2016a). Gravitation, aléa, séquence. Variations sociologiques autour du concept de carrière. In Didier Demazière et Morgan Jouvenet (dirs), *Andrew Abbott et l'héritage de l'école de Chicago* (p. 195-216). Editions de l'EHESS.
- Bastin, Gilles (2016b). L'approche morphologique des mondes de l'information : modèles et données pour l'analyse séquentielle de la personnalité des journalistes. *Recherches en Communication*, 43.
- Bastin, Gilles (2018). *Petit lexique du journalisme*. FONTAINE : Presses universitaires de Grenoble.

- Beaman, Lori et Magruder, Jeremy (2012). Who Gets the Job Referral? Evidence from a Social Networks Experiment. *American Economic Review*, 102(7), 3574-3593.
- Becker, Howard S. (1960). Notes on the Concept of Commitment. *American Journal of Sociology*, 66(1), 32-40.
- Becker, Howard S. (1983). Mondes de l'art et types sociaux. *Sociologie du travail*, 25(4), 404-417.
- Becker, Howard S. (1985). *Outsiders*. Paris : Editions Métailié.
- Becker, Howard S. (2002). *Les ficelles du métier. Comment conduire sa recherche en sciences sociales*. Paris : La Découverte.
- Becker, Howard S. (2010). *Les mondes de l'art*. Paris : Flammarion.
- Bellotti, Elisa (2008). What are friends for? Elective communities of single people. *Social Networks*, 30(4), 318-329.
- Belorgey, Nicolas, Chateigner, Frédéric, Hauchecorne, Mathieu et Penissat, Étienne (2011). Théories en milieu militant. Introduction. *Sociétés contemporaines*, 81(1), 5-25.
- Benghozi, Pierre-Jean et Lyubareva, Inna (2013). La presse française en ligne en 2012 : modèles d'affaires et pratiques de financement. *Culture études*, 3(3), 1-12.
- Bereni, Laure (2012). Penser la transversalité des mobilisations féministes : l'espace de la cause des femmes. In Christine Bard (dir.), *Les féministes de la 2ème vague* (p. 27-41). Presses Universitaires de Rennes.
- Beuscart, Jean-Samuel, Dagiral, Éric et Parasie, Sylvain (2009). Sociologie des activités en ligne (introduction). *Terrains & travaux*, 15(1), 3-28.
- Bigot, Laurent (2017a). Le fact-checking ou la réinvention d'une pratique de vérification. *Communication & langages*, 192(2), 131-156.
- Bigot, Laurent (2017b). Les journalistes fact-checkers français entre réinvention de la vérification et quête de reconnaissance professionnelle. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 18/2(2), 19-31.
- Bigot, Laurent (2018). Rétablir la vérité via le fact-checking : l'ambivalence des médias face aux fausses informations. *Le Temps des médias*, n° 30(1), 62-76.
- Bigot, Laurent (2019). Le fact checking en France, en une chronologie. *La Revue des médias* [En ligne] <http://larevuedesmedias.ina.fr>. 17.10.2019.
- Birenbaum, Guy (1992). *Le Front national en politique*. Paris : Balland.
- Birnbaum, Pierre (2012). *Genèse du populisme: le peuple et les gros*. Paris : Pluriel.
- Bizeul, Daniel (2003). *Avec ceux du FN: un sociologue au Front national*. Paris : Découverte.
- Bizeul, Daniel (2007). Des loyautés incompatibles. Aspects moraux d'une immersion au Front National. *SociologieS* [En ligne].
- Blanc, Charlotte (2016). Réseaux traditionalistes catholiques et « réinformation » sur le web : mobilisations contre le « Mariage pour tous » et « pro-vie ». *tic&société*, (Vol. 9, N° 1-2).
- Blanc, Charlotte (2018). Théories et praxis de la « réinformation ». Militantisme catholique traditionaliste et pratiques info-communicationnelles sur Internet (Thèse de doctorat). Bordeaux : Bordeaux Montaigne.
- Blondeau, Olivier et Allard, Laurence (2007). *Devenir média: l'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*. Paris : Editions Amsterdam.
- Boltanski, Luc (1973). L'espace positionnel : multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe. *Revue française de sociologie*, 3-26.
- Boltanski, Luc (2012). *Énigmes et complots: une enquête à propos d'enquêtes*. Paris : Gallimard.

- Boltanski, Luc et Esquerre, Arnaud (2014). *Vers l'extrême : extension des domaines de la droite*. Paris : Éd. Dehors.
- Boltanski, Luc, Darré, Yann et Schiltz, Marie-Ange (1984). La dénonciation. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 3-40.
- Bonafous, Simone (2001). L'arme de la dérision chez J.-M. Le Pen. *Hermès. La Revue*, (29), 53-63.
- Boullier, Henri, Kotras, Baptiste et Siles, Ignacio (2021). Savoirs incertains: Étudier « complots » et « vérités » à l'ère numérique. *RESET*, (10).
- Boumaza, Magali (2002). Le Front national et les jeunes de 1972 à nos jours : hétérodoxie d'un engagement partisan juvénile : pratiques, socialisations, carrières militantes et politiques à partir d'observations directes et d'entretiens semi-directifs. (Thèse de doctorat) Strasbourg.
- Bourdieu, Pierre (1996). *Sur la télévision: suivi de L'emprise du journalisme*. Paris : Liber éditions.
- Boure, Robert (2014). SIC : l'institutionnalisation d'une discipline. In Stéphane Olivesi (dir.) *Sciences de l'information et de la communication* (p. 253-267). FONTAINE : Presses universitaires de Grenoble.
- Bouron, Samuel (2014). Un militantisme à deux faces. Stratégie de communication et politique de formation des Jeunesses identitaires. *Agone*, 54(2), 45-72.
- Bouron, Samuel (2015a). Chapitre 3. Un journalisme en mode mineur. In Benjamin Ferron, Nicolas Harvey et Olivier Trédan (dirs), *Des amateurs dans les médias* (p. 83-100). Presses des Mines.
- Bouron, Samuel (2015b). Les écoles de journalisme face à l'expansion du marché. Stratégies d'internationalisation et transformations des curricula. *Cahiers de la recherche sur l'éducation et les savoirs* [en ligne], (14).
- Bouron, Samuel (2017). Des « fachos » dans les rues aux « héros » sur le web. La formation des militants identitaires. *Réseaux*, 202-203(2-3), 187-211.
- Bouron, Samuel et Drouard, Maïa (2014). Éditorial. *Agone*, 54(2), 7-12.
- Bouron, Samuel, Devillard, Valérie, Leteinturier, Christine et Le Saulnier, Guillaume (2017). L'insertion et les parcours professionnels des diplômés de formations en journalisme. Paris : Institut Français de la Presse / Carism. Rapport de recherche [En ligne] <https://docassas.u-paris2.fr>. 2017.
- Boyardjian, Julien (2015). Les usages frontistes du web. In Sylvain Crépon, Alexandre Dézé et Nonna Mayer (dirs.) *Les faux-semblants du Front national* (p. 141-160). Paris : Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.).
- Brachet, Camille (2009). L'appropriation d'Internet par les médias « non-informatisés » : le cas des podcasts. *Communication & langages*, 161(3), 21-32.
- Brunelle, Anne-Marie et Sénécal, Michel (2020). Crowdfunding: Does It Make a Significant Contribution to Community and Independent Media in Quebec? In Loïc Ballarini (dir.), *The Independence of the News Media* (p. 45-63). Cham : Springer International Publishing.
- Brustier, Gaël (2014). *Le mai 68 conservateur : que restera-t-il de la Manif pour Tous?* Paris : Les Éditions du Cerf.
- Burris, Val, Smith, Emery et Strahl, Ann (2000). White Supremacist Networks on the Internet. *Sociological Focus*, 33(2), 215-235.
- Cagé, Julia (2015). *Sauver les médias: capitalisme, financement participatif et démocratie*. Paris : Seuil : La République des Idées.
- Cagé, Julia (2017). Qui possède les médias ? *LIEPP Policy Brief*, (33), 1-4.

- Cagé, Julia et Huet, Benoît (2021). *L'information est un bien public: refonder la propriété des médias*. Paris : Éditions du Seuil.
- Cagé, Julia, Hervé, Nicolas et Viaud, Marie-Luce (2017). *L'information à tout prix*. Bry sur Marne : INA.
- Cahuzac, Yannick et François, Stéphane (2013). Les stratégies de communication de la mouvance identitaire. Le cas du Bloc identitaire. *Questions de communication*, 23(1), 275-292.
- Caiani, Manuela et Kröll, Patricia (2015). The transnationalization of the extreme right and the use of the Internet. *International Journal of Comparative and Applied Criminal Justice*, 39(4), 331-351.
- Caiani, Manuela et Parenti, Linda (2013). European and American extreme right groups and the Internet. Burlington, VT : Ashgate.
- Camus, Jean-Yves (1996). *L'extrême droite aujourd'hui*. Toulouse : Milan.
- Camus, Jean-Yves et Lebourg, Nicolas (2015). *Les droites extrêmes en Europe*. Paris : Éditions du Seuil.
- Camus, Jean-Yves et Monzat, René (1992). *Les droites nationales et radicales en France: répertoire critique*. Lyon : Presses universitaires de Lyon.
- Canu, Roland et Datchary, Caroline (2010). Journalistes et lecteurs-contributeurs sur mediapart. Des rôles négociés. *Réseaux*, 160-161(2-3), 195-223.
- Cappuccio, Alexia, Quiroga, Catherine et Tixier, Florian (2021). La déontologie à l'entrée de la profession journalistique : le cas des journalistes stagiaires en France. Rapport de recherche [En ligne] <https://lapij.ulb.ac.be>. 11.2021.
- Cardon, Dominique (2011). Réseaux sociaux de l'Internet. *Communications*, 88(1), 141-148.
- Cardon, Dominique et Granjon, Fabien (2003). Peut-on se libérer des formats médiatiques ? Le mouvement alter-mondialisation et l'Internet. *Mouvements*, 25(1), 67-73.
- Cardon, Dominique et Granjon, Fabien (2010). *Médiactivistes*. Paris : Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.).
- Cardon, Dominique, Fouetillou, Guilhem et Roth, Camille (2014). Topographie de la renommée en ligne. Un modèle structurel des communautés thématiques du web français et allemand. *Réseaux*, 188(6), 85-120.
- Cardon, Dominique, Fouetillou, Guilhem, Lerondeau, Clémence et Prieur, Christophe (2011). Esquisse de géographie de la blogosphère politique (2007-2009). In Fabienne Greffet (dir.) *Continuerlalutte.com* (p. 73-94). Paris : Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.).
- Carlson, Matt (2015). The Many Boundaries of Journalism. In Matt Carlson et Seth C. Lewis (dirs), *Boundaries of Journalism: professionalism, practices and participation* (p. 1-18). London : Routledge, Taylor & Francis Group.
- Carlson, Matt (2016). Metajournalistic Discourse and the Meanings of Journalism: Definitional Control, Boundary Work, and Legitimation. *Communication Theory*, 26(4), 349-368.
- Carpentier, Nico, Lie, Rico et Servaes, Jan (2003). Community Media: Muting the democratic media discourse? *Continuum*, 17(1), 51-68.
- Casajus, Emmanuel (2015). Identité de groupe chez les Identitaires : esthétiser les siens, se distinguer des autres. ¿ *Interrogations ?* [en ligne], (21).
- Castelli Gattinara, Pietro (2020). The study of the far right and its three E's: why scholarship must go beyond Eurocentrism, Electoralism and Externalism. *French Politics*, 18(3), 314-333.

- Castelli Gattinara, Pietro et Froio, Caterina (2022). Politicizing Europe on the far right: Anti-EU mobilization across the party and non-party sector in France. *Social Movement Studies*, 21(1-2), 199-215.
- Castells, Manuel (2001). *La galaxie Internet*. Paris : Fayard.
- Cefaï, Daniel (2015). Mondes sociaux. *SociologieS* [en ligne].
- Chabrol, Claude (2006). Humour et médias: Définitions, genres et cultures. *Questions de communication*, (10), 7-17.
- Champagne, Patrick (1991). La construction médiatique des « malaises sociaux ». *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 64-76.
- Champagne, Patrick (2000). Introduction - Le journalisme à l'économie. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 131-132, 3-7.
- Charaudeau, Patrick (2006). Des Catégories pour l'Humour? *Questions de communication*, (10), 19-41.
- Charaudeau, Patrick (2010). Une éthique du discours médiatique est-elle possible? *Communication*, (Vol. 27/2), 51-75.
- Charon, Jean-Marie (2013). *La presse quotidienne*. Paris : La Découverte.
- Charon, Jean-Marie (2014). *Les médias en France*. Paris : La Découverte.
- Charon, Jean-Marie et Pigeolat, Adénora (2021). Entre déni et prise de conscience, comment les médias réagissent face aux départs de leurs journalistes. *La Revue des médias* [En ligne] <http://larevuedesmedias.ina.fr>. 10.05.2021.
- Charron, Jean et Charlton, Sébastien (2019). La polyphonie du journal télévisé. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 8(2), 138-153.
- Charron, Jean, Damian-Gaillard, Béatrice et Travancas, Isabel (2014). Les invisibles du journalisme - Introduction. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 3(1), 6-10.
- Chartier, Roger (1997). Du livre au lire. *Réseaux*, 1, 271-290.
- Chavalarias, David, Gaumont, Noé et Panahi, Mazyar (2019). Hostilité et prosélytisme des communautés politiques: Le militantisme politique à l'ère des réseaux sociaux. *Réseaux*, n°214-215(2), 67-107.
- Chupin, Ivan (2019). Du modèle professionnel national de formation à ses déclinaisons locales. Les logiques de différenciation des curricula dans deux écoles de journalisme. *Revue d'anthropologie des connaissances*, 13, 1(1), 147-169.
- Chupin, Ivan, Hubé, Nicolas et Kaciaf, Nicolas (2009). *Histoire politique et économique des médias en France*. Paris : La Découverte.
- Coavoux, Samuel (2012). Introduction: Des classes sociales 2.0 ? *RESET*, (1).
- Coddington, Mark (2012). Defending a Paradigm by Patrolling a Boundary: Two Global Newspapers' Approach to WikiLeaks. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(3), 377-396.
- Coleman, Biella (2005). Les temps d'Indymedia. *Multitudes*, 21(2), 41-48.
- Collectif des 4 (2018). *Le cas Alain Soral: radiographie d'un discours d'extrême droite*. Lormont : Le Bord de l'eau.
- Comedia Group (1984). The alternative press: The development of underdevelopment. *Media, Culture & Society*, 6(2), 95-102.
- Corcuff, Philippe (2019). De la rebellitude ultra-conservatrice et ce qu'elle fait aux sciences sociales critiques. *SociologieS* [en ligne].
- Corcuff, Philippe (2020). *La grande confusion: comment l'extrême-droite gagne la bataille des idées*. Paris : Textuel.

- Couldry, Nick et Curran, James (2003). The Paradox of Media Power. In Nick Couldry (dir.), *Contesting Media Power : alternative media in a networked world* (p. 3-15). Lanham, Md. : Rowman & Littlefield.
- Crépon, Sylvain, Dézé, Alexandre et Mayer, Nonna (2015). Introduction / Redécouvrir le Front National. In Sylvain Crépon, Alexandre Dézé et Nonna Mayer (dirs.). *Les faux-semblants du Front national* (p. 13-24). Paris : Presses de Sciences Po.
- Cruzel, Elise (2004). « Passer à l'Attac ». Eléments pour l'analyse d'un engagement altermondialiste. *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 135-163.
- Danard, Benoît et Le Champion, Rémy (2005). *Les programmes audiovisuels*. Paris : La Découverte.
- Darmon, Muriel (2008). La notion de carrière : un instrument interactionniste d'objectivation. *Politix*, 82(2), 149-167.
- Day, Rosemary (2011). Community Radio (Ireland). In John Downing (dir.), *Encyclopedia of social movement media* (p. 124-126). Thousand Oaks, Calif : SAGE Publications, Inc.
- Dayan, Daniel (1989). À propos de la théorie des effets limités. *Hermès*, n° 4(1), 93.
- De Cock Laurence et Meyran Régis (2017). *Paniques identitaires: l'identité au prisme des sciences sociales*. Vulaines-sur-Seine : Éditions du Croquant.
- Della Porta, Donatella (2004). Démocratie en mouvement. Les manifestants du Forum social européen, des liens aux réseaux. *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 49-77.
- Derieux, Emmanuel (2015). Service public de l'audiovisuel. In *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics* [En ligne]
- Deuze, Mark (2003). The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media & Society*, 5(2), 203-230.
- Devars, Thierry (2022). Médiatisations et polarisations dans la crise du Covid-19: Entretien avec François Allard-Huver. *Quaderni*, (106), 101-118.
- Devillard Valérie et Institut Français de Presse (1992). *Les Journalistes français en 1990: radiographie d'une profession*. Paris : La Documentation française.
- Devillard, Valérie (2002). Les trajectoires des journalistes détenteurs de carte de presse entre 1990 et 1998. La montée de la précarité. *Communication & Langages*, 21-32.
- Devillard, Valérie et Le Saulnier, Guillaume (2020). Sortir du journalisme. Les diplômés en journalisme entre emplois instables et carrières déviantes. *Recherches en Communication*, 43, 79-104.
- Devillard, Valérie, Lafosse, Marie-Françoise, Leteinturier, Christine et Rieffel, Rémy (2001). *Les journalistes français à l'aube de l'an 2000: profils et parcours*. Paris : Éd. Panthéon-Assas diff. LGDJ.
- Dézé, Alexandre (2002). Justifier l'injustifiable. Fondements, place et fonctions du discours scientifique dans la propagande xénophobe du Front national. In Philippe Hamman, Jean-Matthieu Méon et Benoit Verrier (dirs), *Discours savants, discours militants : mélange des genres* (p. 57-82). L'Harmattan.
- Dézé, Alexandre (2007). Le Front National comme « entreprise doctrinale ». In Florence Haegel (dir.) *Partis politiques et système partisan en France* (p. 255-284). Paris : Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.).
- Dézé, Alexandre (2011). Un parti « virtuel » ? Le front national au prisme de son site internet. In Fabienne Greffet (dir.), *Continuerlalutte.com* (p. 139-152). Paris : Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.).

- Dézé, Alexandre (2015). La « dédiabolisation » . Une nouvelle stratégie ? In Sylvain Crépon, Alexandre Dézé et Nonna Mayer (dirs.) *Les faux-semblants du Front national* (p. 25-50). Paris : Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.).
- Domingo, David, Quandt, Thorsten, Heinonen, Ari, Paulussen, Steve, Singer, Jane B. et Vujnovic, Marina (2008). Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond: An international comparative study of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*, 2(3), 326-342.
- Donovan, Joan, Lewis, Becca et Friedberg, Brian (2019). Parallel Ports. Sociotechnical Change from the Alt-Right to Alt-Tech. In Maik Fielitz et Nick Thurston (dirs.) *Post-Digital Cultures of the Far Right. Online Actions and Offline Consequences in Europe and the US* transcript.
- Doutreix, Marie-Noëlle (2020). *Wikipédia et l'actualité : qualité de l'information et normes collaboratives d'un média en ligne*. Paris : Presses Sorbonne nouvelle.
- Downing, John (2001). *Radical media: rebellious communication and social movements*. Thousand Oaks, Calif : Sage Publications.
- Dubar, Claude, Tripièr, Pierre et Boussard, Valérie (2015). *Sociologie des professions*. Paris : Armand Colin.
- Durand, Pascal et Sindaco, Sarah (2015). *Le discours « néo-réactionnaire » : transgressions conservatrices*. Paris : CNRS éditions.
- Duranton-Crabol, Anne-Marie (1988). *Visages de la Nouvelle droite: le GRECE et son histoire*. Paris : Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- Esquenazi, Jean-Pierre (2014). *L'écriture de l'actualité*. FONTAINE : Presses universitaires de Grenoble.
- Estienne, Yannick (2009). L'open publishing face au mythe participatif: Indymedia et la critique du journalisme citoyen. *Terminal*, (103-104).
- Estienne, Yannick (2010). Indymedia aujourd'hui : la critique en acte du journalisme et les paradoxes de l'open publishing. *Mouvements*, 61(1), 121-131.
- Fernanda Madriz, Maria (2011). Community Media (Venezuela). In John Downing (dir.), *Encyclopedia of social movement media* (p. 112-115). Thousand Oaks, Calif : SAGE Publications, Inc.
- Ferron, Benjamin (2004). La presse alternative locale en France. Un espace de contestation des représentations et normes instituées du système de pouvoir local (Mémoire de DEA). Rennes : Institut d'Etudes Politiques de Rennes.
- Ferron, Benjamin (2006). Les médias alternatifs : entre luttes de définition et luttes de (dé)légitimation. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2(7).
- Ferron, Benjamin (2010). Des médias de mouvements aux mouvements de médias. Retour sur la genèse du « Réseau Intercontinental de Communication Alternative » (1996-1999). *Mouvements*, 61(1), 107-120.
- Ferron, Benjamin (2012). Les répertoires médiatiques des mobilisations altermondialistes (Mexique-Chiapas, Israël/Palestine, 1994-2006). Contribution à une analyse de la société transnationale. (Thèse de doctorat) Rennes : Rennes 1.
- Ferron, Benjamin (2015). *La communication internationale du zapatisme, 1994-2006*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Ferron, Benjamin (2016). Le petit monde des « médias libres »: trajectoires militantes et (ré)investissement professionnels. [Communication] Université Paris 8. 14.10.2016.
- Feuerhahn, Nelly (2001). La dérision, une violence politiquement correcte. *Hermès. La Revue*, (29), 187-197.
- Fielitz, Maik et Thurston, Nick (2019). *Post-digital cultures of the far right: online actions and offline consequences in Europe and the US*. Bielefeld : transcript.

- Figenschou, Tine Ustad et Ihlebæk, Karoline Andrea (2018). Challenging Journalistic Authority: Media criticism in far-right alternative media. *Journalism Studies*, 1-17.
- Fillieule, Olivier (2001). Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel. Post scriptum. *Revue française de science politique*, 51(1-2), 199-215.
- Fillieule, Olivier (2005). Temps biographique, temps social et variabilité des rétributions. In Olivier Fillieule (dir.), *Le désengagement militant* (p. 17-48). Paris : Belin.
- Fillieule, Olivier (2009). Conséquences biographiques de l'engagement. In Olivier Fillieule, Lilian Mathieu et Cécile Péchu (dirs.) *Dictionnaire des mouvements sociaux* (p. 131-139). Paris : Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.).
- Flichy, Patrice (2010). *Le sacre de l'amateur sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris : La République des idées : Seuil.
- François, Stéphane (2013). Une plate-forme de diffusion idéologique sur Internet : la librairie Librad. In Olivier Dard (dir.), *Supports et vecteurs des droites radicales au XXe siècle (Europe-Amériques)* (p. 25-38). Bern : Peter Lang.
- François, Stéphane (2018). Internet des extrêmes droites. In *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics* [En ligne].
- Fraser, Nancy (2001). Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement. *Hermès, La Revue*, 3(31), 125-156.
- Froio, Caterina (2017). Nous et les autres. L'altérité sur les sites web des extrêmes droites en France. *Réseaux*, 202-203(2-3), 39-78.
- Froio, Caterina et Ganesh, Bharath (2018). The transnationalisation of far right discourse on Twitter: Issues and actors that cross borders in Western European democracies. *European Societies*, 1-27.
- Galloro, Piero-D. (2020). Le Camp des Saints ou la mondialisation de l'idée d'Apocalypse migratoire. *Hommes & Migrations*, 1330(3), 80-81.
- Garbagnoli, Sara et Prearo, Massimo (2017). *La croisade anti-genre: du Vatican aux manifs pour tous*. Paris : Textuel.
- Gaxie, Daniel (1977). Économie des partis et rétributions du militantisme. *Revue française de science politique*, 123-154.
- Gaxie, Daniel (2005). Rétributions du militantisme et paradoxes de l'action collective. *Swiss Political Science Review*, 11(1), 157-188.
- George, Éric (2003). Les usages militants d'Internet: Vers un espace public transnational ? *Communication*, (Vol. 22/2), 99-124.
- Gieryn, Thomas F. (1983). Boundary-Work and the Demarcation of Science from Non-Science: Strains and Interests in Professional Ideologies of Scientists. *American Sociological Review*, 48(6), 781.
- Gimenez, Elsa et Voirol, Olivier (2017). Les agitateurs de la toile. L'Internet des droites extrêmes. Présentation du numéro. *Réseaux*, 202-203(2-3), 9-37.
- Giry, Julien (2022). Fake news et théories du complot en période(s) pandémie(s). *Quaderni*, 106(2), 43-64.
- Goasdoué, Guillaume (2016). Le recours au financement participatif par les médias d'information : levier de communication, travail en soi, idéologie marchande . *Questions de communication*, 29(1), 289-306.
- Goasdoué, Guillaume (2017). Analyse sociologique et économique du financement participatif. Ressorts et critiques dans le cas du journalisme (2010-2015). *Tic & société*, (Vol. 10, N° 2-3), 199-229.
- Godechot, Olivier (2012). 16 – Interpréter les réseaux sociaux. In Serge Paugam (dir.) *L'enquête sociologique* (p. 333-355). Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France.

- Goffman, Erving (1968). *Asiles: Etudes sur la condition sociale des malades mentaux et autres reclus*. Paris : Editions de Minuit.
- Goffman, Erving (1975). *Stigmate: les usages sociaux des handicaps*. Les Éditions de Minuit.
- Granjon, Fabien (2001). *L'internet militant: mouvement social et usages des réseaux télématiques*. Rennes : Apogée.
- Granjon, Fabien (2002). Les répertoires d'action télématiques du néo-militantisme. *Le Mouvement Social*, 200(3), 11-32.
- Granjon, Fabien (2009). Inégalités numériques et reconnaissance sociale. Des usages populaires de l'informatique connectée. *Les Cahiers du numérique*, 5(1), 19-44.
- Granjon, Fabien (2012). *Reconnaissance et usages d'Internet: une sociologie critique des pratiques de l'informatique connectée*. Paris, France : Presses des Mines.
- Granjon, Fabien et Torres, Asdrad (2012). R@S : la naissance d'un acteur majeur de l'« Internet militant » français. *Le Temps des médias*, 18(1), 87-98.
- Granjon, Fabien, Papa, Venetia et Tuncel, Gökçe (2017). *Mobilisations numériques: politiques du conflit et technologies médiatiques*. Paris, France : Mines ParisTech.
- Gunthert, André (2018). La visibilité des anonymes. Les images conversationnelles colonisent l'espace public. [En ligne] <https://imagesociale.fr>. 26.11.2018.
- Guo, Lei et Vargo, Chris (2020). "Fake News" and Emerging Online Media Ecosystem: An Integrated Intermedia Agenda-Setting Analysis of the 2016 U.S. Presidential Election. *Communication Research*, 47(2), 178-200.
- Haegel, Florence (2007). Chapitre 13 / Les droites en France et en Europe. In Pascal Perrineau et Luc Rouban, *La politique en France et en Europe* (p. 363-390). Paris : Presses de Sciences Po.
- Hajjat, Abdellali (2020). Racisme antiblanc. *La Revue Nouvelle*, 5(5), 70-74.
- Halimi, Serge (2022). *Les nouveaux chiens de garde*. Paris : Raisons d'agir éditions.
- Hall, Stuart (1994). Codage/décodage. *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, 27-39.
- Haller, André et Holt, Kristoffer (2019). Paradoxical populism: how PEGIDA relates to mainstream and alternative media. *Information, Communication & Society*, 22(12), 1665-1680.
- Haller, André, Holt, Kristoffer et de La Brosse, Renaud (2019). The « other » alternatives : Political right-wing alternative media. *Journal of alternative and community media*, 4(1), 1-6.
- Hammou, Karim (2012). Les mondes de l'art comme activité collective. In Pierre-Jean Benghozi et Thomas Paris (dirs), *Howard Becker et les mondes de l'art. Colloque de Cerisy* (p. 195-205). Ecole Polytechnique Eds.
- Hauchecorne, Mathieu et Matonti, Frédérique (2017). Actualité de l'histoire sociale des idées politiques. *Raisons politiques*, 67(3), 5-10.
- Hermida, Alfred (2015). Nothing but the truth. Redrafting the journalistic boundary of verification. In Matt Carlson et Seth C. Lewis (dirs), *Boundaries of journalism: professionalism, practices and participation* (p. 37-50). London : Routledge, Taylor & Francis Group.
- Hermida, Alfred et Thurman, Neil (2008). A Clash of Cultures : The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism Practice*, 2(3), 343-356.
- Hirschman, Albert O. (2003). *Deux siècles de rhétorique réactionnaire*. Paris : Fayard.

- Hobeika, Alexandre et Villeneuve, Gaël (2017). Une communication par les marges du parti ? Les groupes Facebook proches du Front national. *Réseaux*, 202-203(2-3), 213-240.
- Holt, Kristoffer (2018). Alternative Media and the Notion of Anti-Systemness: Towards an Analytical Framework. *Media and Communication*, 6(4), 49.
- Holt, Kristoffer (2019). *Right-wing alternative media*. London ; New York : Routledge.
- Holt, Kristoffer, Figenschou, Tine Ustad et Frischlich, Lena (2019). Key Dimensions of Alternative News Media. *Digital Journalism*, 7(7), 860-869.
- Howley, Kevin (2005). *Community media: people, places, and communication technologies*. Cambridge, UK ; New York : Cambridge University Press.
- Igounet, Valérie (2014). *Le Front national de 1972 à nos jours: le parti, les hommes, les idées*. Paris : Éditions du Seuil.
- Ihlebak, Karoline Andrea et Nygaard, Silje (2021). Right-wing alternative media in the Scandinavian political communication landscape. In E. Skogerbo, O. Ihlen, N. Kristensen et L. Nord (dirs), *Power, Communication and Politics in the Nordic Countries* (p. 263-282). University of Gothenburg : Nordicom.
- INA Stat (2015). 20 ans de JT. Bry sur Marne : INA. 06.2015.
- INA Stat (2021). Les Etats-Unis sous la présidence de Donald Trump dans les JT. Bry sur Marne : INA. 01.2021.
- Institut Montaigne (2019). Media polarization « à la française »? Comparing the French and American Ecosystems. Institut Montaigne. [En ligne] www.institutmontaigne.org. 05.2019.
- Ion, Jacques (1997). *La fin des Militants ?* Éditions de l'Atelier.
- Jacomy, Mathieu, Girard, Paul, Ooghe, Benjamin et Venturini, Tommaso (2016). Hyphe, a Curation-Oriented Approach to Web Crawling for the Social Sciences. Köln, Germany. 05.2016.
- Jacquemain, Marc (2015). La laïcité réactionnaire : une tentative de déconstruction. In Pascal Durand et Sarah Sindaco (dirs), *Le discours « néo-réactionnaire » : transgressions conservatrices*. (p. 185-198). Paris : CNRS éditions.
- Jacquet-Vaillant, Marion (2021). Le mouvement identitaire français. Pour une approche mixte des marges en politique. (Thèse de doctorat) Paris 2, Panthéon Assas.
- Jamin, Jérôme (2020). Marxisme culturel. *La Revue Nouvelle*, 5(5), 59-63.
- Jammet, Thomas et Guidi, Diletta (2017). Observer Les Observateurs. Du pluralisme médiatique au populisme anti-islam, analyse d'un site de « réinformation » suisse et de ses connexions. *Réseaux*, 202-203(2-3), 241-271.
- Jaubert, Elsa et Rivron, Vassili (2021). Aux frontières du fact-checking: Le « complotisme » comme révélateur des normes et des logiques d'un nouveau genre journalistique. *RESET*, (10).
- Jauert, Per (2015). Community Media in the Nordic Countries. Between public service and private media. In Chris Atton (dir.), *The Routledge companion to alternative and community media*, London ; New York : Routledge, Taylor & Francis Group.
- Jerinte, Laurent (2014). VKontakte doit-il avoir peur de Facebook ? *La revue des médias* [En ligne].
- Jespers, Jean-Jacques (2009). *Journalisme de télévision. Enjeux, contraintes, pratiques*. Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur.
- Johnson, Brett G. et Kelling, Kimberly (2018). Placing Facebook. « Trending », « Napalm Girl », « fake news » and journalistic boundary work. *Journalism Practice*, 12(7), 817-833.

- Johsua, Florence (2020). Abeyance structure. In Olivier Fillieule, Lilian Mathieu et Cécile Péchu (dirs.) *Dictionnaire des mouvements sociaux* (p. 21-26). Paris : Presses de Sciences Po.
- Joly, Laurent (2006). Les débuts de l'Action française (1899-1914) ou l'élaboration d'un nationalisme antisémite. *Revue historique*, 639(3), 695-718.
- Jonge, Emmanuel de et Nicolas, Loïc (2009). Limites et ambiguïtés rhétoriques du discours pamphlétaire. Vers l'abandon d'une pratique sociale ? *Mots. Les langages du politique*, (91), 51-65.
- Jouët, Josiane et Rieffel, Rémy (2015). La sociabilité des journalistes sur Twitter. Entre performativité, ambivalence et multidimensionnalité. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 4(1), 18-33.
- Jouvenet, Morgan (2022). L'occupation des territoires et la formation des collectifs. Des dynamiques professionnelles et académiques dans la sociologie d'Andrew Abbott. *Sociologie*, 13(1), 79-97.
- Joux, Alexandre et Sebbah, Brigitte (2020). Les représentations implicites du pouvoir des médias d'information. L'exemple du Décodex. *Sur le journalisme. About journalism. Sobre jornalismo.*, 9(1), 30-41.
- Jurgenson, Nathan et Rey, P. J. (2014). Fuites d'information liquide. Sur la stratégie politique de Julian Assange. *Mouvements*, 79(3), 63-73.
- Kim, Eun-Gyoo et Hamilton, James W. (2006). Capitulation to capital? OhmyNews as alternative media. *Media, Culture & Society*, 28(4), 541-560.
- Kokoreff, Michel (2005). La banalisation raciale. À propos du racisme « anti-blancs ». *Mouvements*, 41(4), 127-135.
- Krieg, Alice (1999). Vacance argumentative : l'usage de (sic) dans la presse d'extrême droite contemporaine. *Mots. Les langages du politique*, (58), 11-34.
- Kriegel, Annie (1970). *Les communistes français : essai d'ethnographie politique*. Paris : Seuil.
- Krieg-Planque, Alice (2012a). Dictionnaires, glossaires et lexiques militants : pratiques profanes de la critique du langage politique. In Laurence Aubry et Béatrice Turpin (dirs), *Victor Klemperer. Repenser le langage totalitaire* (CNRS Editions) (p. 299-313). Paris.
- Krieg-Planque, Alice (2012b). La « novlangue » : une langue imaginaire au service de la critique du « discours autre ». In Sonia Branca-Rosoff (dir.), *L'hétérogène à l'oeuvre dans la langue et les discours. Hommage à Jacqueline Authier-Revuz* (Editions Lambert-Lucas) (p. 69-83). Limoges.
- Krikorian, Nathalie (1986). Européanisme, nationalisme, libéralisme dans les éditoriaux de Louis Pauwels (Figaro-Magazine, 1977-1984). *Mots. Les langages du politique*, 171-188.
- Lafont, Valérie (2001). Les jeunes militants du Front national : trois modèles d'engagement et de cheminement. *Revue française de science politique*, 51(1-2), 175-198.
- Lagneau, Éric, Nicey, Jérémie, Palmer, Michael et Rebillard, Franck (2013). La dynamique sociale des sources et flux des nouvelles. *Sur le journalisme. About journalism. Sobre jornalismo.*, 2(1), 2-13.
- Lamy, Philippe (2016). Le club de l'Horloge (1974-2002). Evolution et mutation d'un laboratoire idéologique. (Thèse de doctorat). Saint-Denis : Université Paris 8 Saint-Denis.

- Langonné, Joël, Lewis, Seth C., Pereira, Fabio Henrique et Trédan, Olivier (2019). Les mondes sociaux du journalisme. Introduction. *Sur le journalisme. About journalism. Sobre jornalismo.*, 8(1), 18-23.
- Laurens, Sylvain (2014). Le Club de l'horloge et la haute administration : promouvoir l'hostilité à l'immigration dans l'entre-soi mondain. *Agone*, 54(2), 73-94.
- Lazega, Emmanuel (2013). 15. Théorie de la coopération entre concurrents : organisations, marchés et analyse de réseaux. In Philippe Steiner et François Vatin (dirs.) *Traité de sociologie économique* (p. 559-600). Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France.
- Lazega, Emmanuel (2014). *Réseaux sociaux et structures relationnelles*. Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France.
- Le Champion, Rémy (2018). *La télévision*. Paris : La Découverte.
- Le Floch, Patrick et Charon, Jean-Marie (2011). *La presse en ligne*. Paris : La Découverte.
- Le Floch, Patrick et Sonnac, Nathalie (2013). *Économie de la presse à l'ère numérique*. Paris : La Découverte.
- Lecœur, Erwan (2007). *Dictionnaire de l'extrême droite*. Paris : Larousse.
- Leconte, Cécile (2019). La carrière militante du « grand remplacement » au sein du milieu partisan de l'Alternative pour l'Allemagne (AfD). *Politix*, 126(2), 111-134.
- Leconte, Cécile et Passard, Cédric (2021). Avant-propos : Retour vers le futur ? La dystopie aujourd'hui. *Quaderni*, (102), 9-12.
- Legavre, Jean-Baptiste (2011). Entre conflit et coopération. Les journalistes et les communicants comme « associés-rivaux ». *Communication & langages*, 169(3), 105-123.
- Lemieux, Cyril (2000). *Mauvaise presse: une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*. Paris : Métailié.
- Leteinturier, Christine (2016). Continuité/discontinuité des carrières des journalistes français encartés. Etude de deux cohortes de nouveaux titulaires de la carte de presse. *Recherches en Communication*, 43.
- Lewis, Peter (2015). Community Media Policy. In Chris Atton (dir.), *The Routledge companion to alternative and community media* (p. 179-188). London ; New York : Routledge, Taylor & Francis Group.
- Lowenthal, Leo et Guterman, Norbert (1949). *Prophets of Deceit. A Study of the Techniques of the American Agitator*.
- Löwenthal, Leo et Guterman, Norbert (2017). Portrait de l'agitateur américain. *Réseaux*, 202-203(2-3), 169-185.
- Lukasik, Stéphanie (2018). A la frontière des « fake news », entre réinformation et désinformation, le cas du blog Fdesouche. In Alexandre Joux et Maud Péliissier (dirs), *L'information d'actualité au prisme des « fake news »* (p. 135-158). Paris : Harmattan.
- Maignien, Yannick (2012). WikiLeaks. Canaliser les fuites. *Médium*, 32-33(3-4), 285-294.
- Maigret, Éric (2015). *Sociologie de la communication et des médias*. Paris : Armand Colin.
- Maillochon, Florence (2012). 9 – Pourquoi l'analyse des réseaux ? In Serge Paugam (dir.) *L'enquête sociologique* (p. 187-206). Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France.
- Maly, Ico (2022). Guillaume Faye's legacy: the alt-right and Generation Identity. *Journal of Political Ideologies*, 1-27.

- Mansour, Leda (2019). The practice of online re-information. *Midia e Cotidiano*, 13(1), 276-294.
- Marchetti, Dominique et Ruellan, Denis (2001). *Devenir journalistes: sociologie de l'entrée sur le marché du travail*. Paris : la Documentation française.
- Marty, Emmanuel, Rebillard, Franck, Pouchot, Stéphanie et Lafouge, Thierry (2012). Diversité et concentration de l'information sur le web. Une analyse à grande échelle des sites d'actualité français. *Réseaux*, 176(6), 27-72.
- Mathieu, Séverine (2020). *Faire famille aujourd'hui: PMA, bioéthique et religion*. Paris : Le Cavalier bleu éditions.
- Matonti, Frédérique (1993). Le Front national forme ses cadres. *Genèses. Sciences sociales et histoire*, 136-145.
- Matonti, Frédérique (2021). *Comment sommes-nous devenus réacs?* Paris : Fayard.
- Matonti, Frédérique et Poupeau, Franck (2004). Le capital militant. Essai de définition. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 155(5), 4-11.
- Mattelart, Tristan (2011). Médias, internationalisation et contournement des censures. *Médiamorphoses*, (30), 71-74.
- Mattelart, Tristan (2018). Russia Today et le renouveau de la diplomatie médiatique russe ; de la projection mondiale du Kremlin à la « réinformation » en France. *Annuaire français de relations internationales*, XIX, 927-945.
- Mead, George Herbert (2000). *Mind, self, and society: from the standpoint of a social behaviorist*. Chicago : Univ. of Chicago Press.
- Mercier, Arnaud (1996). *Le journal télévisé: politique de l'information et information politique*. Paris : Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- Mercier, Arnaud (2001). Pouvoirs de la dérision, dérision des pouvoirs. *Hermès, La Revue*, (29), 9-18.
- Mercier, Arnaud et Amigo, Laura (2021). Tweets injurieux et haineux contre les journalistes et les « merdias ». *Mots. Les langages du politique*, (125), 73-91.
- Mercklé, Pierre (2016). *Sociologie des réseaux sociaux*. Paris : La Découverte.
- Miège, Bernard (2000). Les apports à la recherche des sciences de l'information et de la communication. *Réseaux*, 100(2), 547-568.
- Miller-Idriss, Cynthia (2017). *The extreme gone mainstream: commercialization and far right youth culture in Germany*. Princeton : Princeton University Press.
- Miller-Idriss, Cynthia (2020). *Hate in the homeland: the new global far right*. Princeton : Princeton University Press.
- Moody, James et White, Douglas R. (2003). Structural Cohesion and Embeddedness: A Hierarchical Concept of Social Groups. *American Sociological Review*, 68(1), 103-127.
- Moreau, Patrick (1998). L'extrême droite et Internet. *Pouvoirs*, (88), 129-144.
- Moreau, Patrick (2004). L'extrême droite et internet. In Extrême droite et national-populisme en Europe de l'Ouest: analyse par pays et approches transversales (p. 487-512). *CRISP*.
- Mouillaud, Maurice (1996). Post-scriptum à « purification ethnique » : des guillemets, pourquoi ? *Mots. Les langages du politique*, 129-133.
- Mudde, Cas (1996). The war of words defining the extreme right party family. *West European Politics*, 19(2), 225-248.
- Mudde, Cas (2019). *The far right today*. Cambridge, UK ; Medford, MA : Polity.
- Negt, Oskar (2007). *L'espace public oppositionnel*. Paris : Payot.

- Negt, Oskar et Kluge, Alexander (2016). *Public sphere and experience: toward an analysis of the bourgeois and proletarian public sphere*. London ; New York : Verso.
- Neveu, Érik (1989). « L'heure de vérité » ou le triangle de la représentation. *Mots. Les langages du politique*, 57-73.
- Neveu, Érik (2019). *Sociologie du journalisme*. Paris : La Découverte.
- Neveu, Érik, Milliot, Vincent et Delporte, Christian (1996). Présentation. *Mots. Les langages du politique*, n°48, septembre 1996. Caricatures politiques, sous la direction de Christian Delporte, Vincent Milliot et Erik Neveu., 7-14.
- Newman, M. E. J. (2006). Modularity and community structure in networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 103(23), 8577-8582.
- Nicey, Jérémie (2016). Semi-professional Amateurs. In Tamara Witschge, C.W Anderson, David Domingo et Alfred Hermida (dirs), *The Sage Handbook of digital Journalism* London: Sage.
- Nicosia, V., Mangioni, G., Carchiolo, V. et Malgeri, M. (2009). Extending the definition of modularity to directed graphs with overlapping communities. *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, 2009(03), P03024.
- Nilsson, Per-Erik (2021). "The new extreme right": Uncivility, irony, and displacement in the French re-information sphere. *Nordicom Review*, 42(s1), 89-102.
- Noppari, Elina, Hiltunen, Ilmari et Ahva, Laura (2019). User profiles for populist counter-media websites in Finland. *Journal of alternative and community media*, 4(1), 23-37.
- Nygaard, Silje (2019). The Appearance of Objectivity: How Immigration-Critical Alternative Media Report the News. *Journalism Practice*, 13(10), 1147-1163.
- Nygaard, Silje (2020). Boundary Work: Intermedia Agenda-Setting Between Right-Wing Alternative Media and Professional Journalism. *Journalism Studies*, 21(6), 766-782.
- OCDE (2003). Chapitre 4 : Les innovations des fondations dans le domaine du développement. *Revue de l'OCDE sur le développement*, 4(3), 121-130.
- Olivesi, Aurélie et Kergomard, Zoé (2020). « Just as Orwell said » : the Emergence of a « Dystopian Framing » in French Conservative Media in the 2010s. *SFRA Review*, 4(50), 119-127.
- Passeron, Jean-Claude (1990). Biographies, flux, itinéraires, trajectoires. *Revue française de sociologie*, 3-22.
- Paveau, Marie-Anne (2020). La blessure et la salamandre. Théorie de la resignification discursive. In Maëlle Bazin, Frédéric Lambert et Giusepina Sapio (dirs), *Stigmatiser. Discours médiatiques et normes sociales* (p. 217-236). Le Bord de l'eau.
- Pechu, Cécile (2001). Les générations militantes à Droit au logement. *Revue française de science politique*, 73-103.
- Pélicier, Nicolas et Chaudy, Serge (2009). Le journalisme participatif et citoyen sur Internet : un populisme dans l'air du temps ? *Quaderni*, (70), 89-102.
- Pélicier, Nicolas et Ruellan, Denis (2003). Les journalistes contre leur formation ? *Hermès, La Revue*, 35(1), 91-98.
- Pickerill, Jenny (2007). 'Autonomy Online': Indymedia and Practices of Alter-Globalisation. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 39(11), 2668-2684.
- Pierru, Frédéric (2020). Entrepreneur vs Mandarins. Pour une sociologie de l'« affaire Raoult ». *Savoir/Agir*, 53(3), 124-137.
- Pignard-Cheynel (2018). Facebook et les médias, une liaison diaboliquement complexe. *La Revue des médias* [En ligne] <http://larevuedesmedias.ina.fr>. 2018.

- Pimlott, Herbert (2015). Vanguard Media. The promise of strategic communication. In Chris Atton (dir.), *The Routledge companion to alternative and community media* (p. 32-42). London : Routledge, Taylor & Francis Group.
- Plantin, Jean-Christophe (2013). Chapitre 11 - D'une carte à l'autre : Le potentiel heuristique de la comparaison entre graphe du web et carte géographique. In *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales* (p. 228-245). Paris : Armand Colin.
- Platon, Sara et Deuze, Mark (2003). Indymedia Journalism: A Radical Way of Making, Selecting and Sharing News? *Journalism*, 4(3), 336-355.
- Pons, Pascal et Latapy, Matthieu (2005). Computing Communities in Large Networks Using Random Walks. In pInar Yolum, Tunga Güngör, Fikret Gürgeç et Can Özturan (dirs), *Computer and Information Sciences - ISCIS 2005* (p. 284-293). Berlin, Heidelberg : Springer Berlin Heidelberg.
- Proust, Serge, Michalon, Jérôme, Maurin, Marine et Noûs, Camille (2020). Dieudonné : antisémitisme, panique morale et communauté déviante. *Déviance et Société*, 44(3), 383-419.
- Pudal, Bernard (1989). *Prendre parti: pour une sociologie historique du PCF*. Paris : Pr. de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.
- Quéré, Louis et Neveu, Érik (1996). Le temps de l'évènement. Présentation. *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, 7-21.
- Racine, Luc (2002). Les formes d'action sociale réciproque : dyades et triades. *Sociologie et sociétés*, 31(1), 77-92.
- Rae, Maria (2021). Hyperpartisan news: Rethinking the media for populist politics. *New Media & Society*, 23(5), 1117-1132.
- Raison du Cleuziou, Yann (2018). Sens commun : un combat conservateur entre deux fronts. *Le Débat*, 199(2), 105-114.
- Raison du Cleuziou, Yann (2019). *Une contre-révolution catholique: aux origines de la Manif pour tous*. Paris, XIXe : Éditions du Seuil.
- Ratinaud, Pierre, Smyrnaio, Nikos, Figeac, Julien, Cabanac, Guillaume, Fraisier, Ophélie, Hubert, Gilles, ... Thonet, Thibaut (2019). Structuration des discours au sein de Twitter durant l'élection présidentielle française de 2017. Entre agenda politique et représentations sociales. *Réseaux*, 214-215(2-3), 171-208.
- Raymond, Lucie (2021). De la colère à la haine dans les discours « antisystème » : la rhétorique du ressentiment chez Alain Soral. *Quaderni*, 104(3), 63-88.
- Rebillard, Franck (2007a). Le journalisme participatif, de l'idéologie à la pratique. *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, (6), 11-23.
- Rebillard, Franck (2007b). *Le Web 2.0 en perspective: une analyse socio-économique de l'Internet*. Paris : L'Harmattan.
- Rebillard, Franck (2010). Les intermédiaires de l'information en ligne. *La Revue des médias* [En ligne] <http://larevuedesmedias.ina.fr>. 2010.
- Rebillard, Franck (2011a). Création, contribution, recommandation : les strates du journalisme participatif. *Les Cahiers du journalisme*, (22-23), 28-41.
- Rebillard, Franck (2011b). L'étude des médias est-elle soluble dans l'informatique et la physique ? À propos du recours aux digital methods dans l'analyse de l'information en ligne. *Questions de communication*, 20(2), 353-376.
- Rebillard, Franck et Smyrnaio, Nikos (2010). Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne. Les cas de google, wikio et paperblog. *Réseaux*, 160-161(2-3), 163-194.

- Rebillard, Franck, Fackler, Dominique et Marty, Emmanuel (2012). L'offre d'informations est-elle plus diversifiée sur le web qu'à la télévision ? Une comparaison exploratoire entre sites d'actualité et journaux télévisés. *Réseaux*, 176(6), 141-172.
- Rennes, Juliette (1999). L'argument de la décadence dans les pamphlets d'extrême droite des années 1930. *Mots. Les langages du politique*, 152-164.
- Rennie, Ellie (2011). Community media and the third sector. In John Downing (dir.), *Encyclopedia of social movement media* (p. 115-121). Thousand Oaks, Calif : SAGE Publications, Inc.
- Riboni, Ulrike Lune (2016). Filmer et partager la révolution en tunisie et en Égypte: Représentations collectives et inscriptions individuelles dans la révolte. *Anthropologie et Sociétés*, 40(1), 51-69.
- Riebling, Jan R. et Von der Wense, Ina (2019). Framing the mass media : Exploring « fake news » as a frame embedded in political discourse. *Journal of alternative and community media*, 4(1), 57-76.
- Rieffel, Rémy (1983). Analyse de l'élite des journalistes. Question de méthode. *Revue française de science politique*, 33(3), 155-479.
- Rieffel, Rémy (2005). *Que sont les médias? Pratiques, identités, influences*. Paris : Gallimard.
- Rinck, Fanny, Grossmann, Francis et Boch, Françoise (2013). Observer le rôle des guillemets dans un corpus : une voie d'accès à l'énonciation ? In Muriel Barbazan (dir.), *Énonciation, texte, grammaire*, Presses Universitaires de Rennes.
- Rioufreyt, Thibaut (2019). La mise en politique des idées. Pour une histoire sociale des idées en milieu partisan. *Politix*, 126(2), 7-35.
- Rodriguez, Clemencia (2001). *Fissures in the mediascape: an international study of citizens' media*. Cresskill, NJ : Hampton Press.
- Rogers, Everett M. et Dearing, James (1988). Agenda-Setting Research : Where has it been, Where is it going ? In James A Anderson (dir.), *Communication yearbook 11* (p. 555-594). New York : Routledge.
- Ruellan, Denis (2015). *Les « Pro » du journalisme: De l'Etat au statut, la construction d'un espace professionnel*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
- Ruffio, Claire (2020). Les petites mains des « grands » débatteurs. La programmation des universitaires en sciences humaines et sociales sur les plateaux de C dans l'air et de Ce soir (ou jamais !). *Questions de communication*, 37(1), 317-334.
- Salvi, Ellen (2016). La droite extrême à l'assaut du livre. L'édition française gangrenée par la pensée rance. *Revue du Crieur*, 4(2), 112-127.
- Sawicki, Frédéric (2000). Les politistes et le microscope. In CURAPP (dir.), *Les méthodes au concret* (p. 143-164). Presses Universitaires de France.
- Scherer, Éric (2011). *A-t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un journalisme augmenté*. Presses Universitaires de France.
- Schradie, Jen (2011). The digital production gap: The digital divide and Web 2.0 collide. *Poetics*, 39(2), 145-168.
- Schradie, Jen (2019). *The revolution that wasn't: how digital activism favors conservatives*. Cambridge, Massachusetts ; London, England : Harvard University Press.
- Sedda, Paola (2015). Espaces numériques oppositionnels et mobilisation en Italie. *Communication, technologies et développement*, (2).
- Sedda, Paola (2017). Les nouvelles politiques du conflit. *Variations*, (20).

- Sedel, Julie (2011). Bondy Blog. Le travail de représentation des « habitants de la banlieue » par un média d'information participative. *Réseaux*, 170(6), 103-133.
- Sedel, Julie (2019). Introduction. Sociologie d'un univers patronal. *Sociétés contemporaines*, 113(1), 5-12.
- Sedel, Julie (2021). Construire l'indépendance en label de qualité. Le travail de singularisation des éditeurs de presse en ligne « indépendants ». *Politiques de communication*, 16(1), 13-51.
- Shibutani, Tamotsu (1955). Reference Groups as Perspectives. *American Journal of Sociology*, 60(6), 562-569.
- Shoemaker, Pamela, Vos, Tim et Reese, Stephen (2008). Journalists as Gatekeepers. In Karin Wahl-Jorgensen et Thomas Hanitzsch (dirs), *The Handbook of Journalism Studies* (1st ed) (p. 73-87). New York : Routledge, Taylor & Francis Group.
- Siméant, Johanna (1992). Déontologie et crédibilité. Le réglage des relations professionnelles au CFJ. *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 37-55.
- Singer, Jane B. (2015). Out of bonds. Professional norms as boundary markers. In Matt Carlson et Seth C. Lewis (dirs), *Boundaries of Journalism: professionalism, practices and participation* (p. 21-36). London : Routledge, Taylor & Francis Group.
- Sire, Guillaume (2016). *Les moteurs de recherche*. Paris : La Découverte.
- Sirinelli, Jean-François (2006). *Histoire des droites en France*. Paris : Gallimard.
- Smyrnaio, Nikos et Marty, Emmanuel (2017). Profession « nettoyeur du net ». De la modération des commentaires sur les sites d'information français. *Réseaux*, 205(5), 57-90.
- Smyrnaio, Nikos et Rebillard, Franck (2009). L'actualité selon Google L'emprise du principal moteur de recherche sur l'information en ligne. *Communication & langages*, 160(2), 95-109.
- Sonnac, Nathalie et Gabszewicz, Jean Jaskold (2013). *L'industrie des médias à l'ère numérique*. Paris : la Découverte.
- Standaert, Olivier (2016). La continuité des carrières au régime flexible : décentrement et dispersion à l'orée du marché du journalisme. *Recherches en Communication*, 43.
- Stein, Laura (2001). Access Television and Grassroots Political Communication in the United States. In John Downing (dir.), *Radical Media: rebellious communication and social movements* (p. 299-324). Thousand Oaks, Calif : SAGE.
- Stephan, Gaël (2019). Critique des médias dominants et affirmation de la légitimité des médias alternatifs de la réinfosphère : la cérémonie des Bobards d'or. Bordeaux : Congrès de l'AFSP. 2019.
- Stephan, Gaël (2021). Diriger l'hostilité de la communauté frontiste en ligne. L'exemple de la campagne #LeVraiFillon. *Questions de communication*, 38(1), 125-144.
- Stephan, Gaël et Vauchez, Ysé (2021). Dévoiler les « bobards » des médias dominants: Les stratégies de (dé)légitimation de la réinformation. *RESET*, (10).
- Stier, Sebastian, Kirkizh, Nora, Froio, Caterina et Schroeder, Ralph (2020). Populist Attitudes and Selective Exposure to Online News: A Cross-Country Analysis Combining Web Tracking and Surveys. *The International Journal of Press/Politics*, 194016122090701.
- Strauss, Anselm (1978). A social world perspective. *Studies in Symbolic Interaction*, 1, 119-128.
- Strauss, Anselm (1982). Social Worlds and Legitimation Processes. *Studies in Symbolic Interaction*, 4, 171-190.

- Strauss, Anselm (1984). Social Worlds and their Segmentation Processes. *Studies in Symbolic Interaction*, 5, 123-139.
- Strauss, Anselm L. (1992). *Miroirs et masques: une introduction à l'interactionnisme*. Paris : Éditions Métailié.
- Stuart, Allan (2016). Citizen Witnesses. In Tamara Witschge, C.W Anderson, David Domingo et Alfred Hermida (dirs), *The Sage Handbook of Digital Journalism* (p. 266-279). London : Sage.
- Taguieff, Pierre-André (1984a). La rhétorique du national-populisme. Les règles élémentaires de la propagande xénophobe. *Mots. Les langages du politique*, (9), 113-139.
- Taguieff, Pierre-André (1984b). La stratégie culturelle de la « Nouvelle Droite » en France (1968-1983). In Robert Badinter et Antoine Spire (dirs), *Vous avez dit fascismes ?* (p. 13-152). Paris : Editions Montalba.
- Tajfel, Henri (2010). *Social identity and intergroup relations*. Cambridge : Cambridge University Press [u.a.].
- Tateo, Luca (2006). The Italian Extreme Right On-line Network: An Exploratory Study Using an Integrated Social Network Analysis and Content Analysis Approach. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(2), 00-00.
- Tévanian, Pierre et Tissot, Sylvie (2010). La langue des médias, pourquoi la critiquer, comment la critiquer ? *Mouvements*, 61(1), 45.
- Theviot, Anaïs (2020). Facebook, vecteur d'amplification des campagnes négatives ? Le cas d'Ali Juppé lors de la primaire de la droite et du centre en 2016. *Questions de communication*, 38(2), 101-124.
- Theviot, Anaïs (2021). Confinement et entretien à distance : quels enjeux méthodologiques ? *Terminal*, (129).
- Thorbjørnsrud, Kjersti et Figenschou, Tine Ustad (2022). The Alarmed Citizen: Fear, Mistrust, and Alternative Media. *Journalism Practice*, 16(5), 1018-1035.
- Tixier, Florian (2019). Incarner l'Europe par et dans les médias. les militants d'information européenne et la construction d'un monde transnational du journalisme européen (Thèse de doctorat). Bruxelles : Université Libre de Bruxelles.
- Tredan, Olivier (2007). Le « journalisme citoyen » en ligne : un public réifié ? *Hermès, La Revue*, 47(1), 115-122.
- Vargo, Chris J. et Guo, Lei (2017). Networks, Big Data, and Intermedia Agenda Setting: An Analysis of Traditional, Partisan, and Emerging Online U.S. News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(4), 1031-1055.
- Vaucher, Ysé (2018). Fake news, réinformation et fact-checking : luttes pour l'énonciation de la vérité aux marges du champ journalistique (Mémoire de Master 2). Paris : Paris I Panthéon Sorbonne.
- Vaucher, Ysé (2019). Les mythes professionnels des fact-checkeurs. Un journalisme de données au service de la vérité. *Politiques de communication*, 12(1), 21-44.
- Vaucher, Ysé (2022). La crédulité des crédules. Débat public et panique morale autour des fake news en France. *Émulations – Revue de science sociales*, 41, 71-101.
- Venner, Fiammetta (2006). *Extrême France: les mouvements frontistes, nationaux-radicaux, royalistes, catholiques traditionalistes et provie*. Paris : Bernard Grasset.
- Venturini, Tommaso, Jacomy, Mathieu, Bounegru, Liliana et Gray, Jonathan (2018). Visual Network Exploration for Data Journalists. In Scott Eldridge et Bob Franklin (dirs), *The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies* Londres : Routledge.

- Veron, Eliséo (1986). Il est là, je le vois, il me parle. *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, 71-95.
- Veugelers, John et Menard, Gabriel (2018). The Non-party sector of the Radical Right. In Jens Rydgren (dir.), *The Oxford handbook of the radical right* (p. 411-438). New York : Oxford University Press.
- Vliegthart, Rens et Walgrave, Stefaan (2008). The Contingency of Intermedia Agenda Setting: A Longitudinal Study in Belgium. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85(4), 860-877.
- Warner, Michael (2010). *Publics and counterpublics*. New York, NY : Zone Books.
- Weber, Florence (2000). Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles: Une ethnographie économique après le Grand Partage. *Genèses*, 41(4), 85.
- Williams, Andy, Wardle, Claire et Wahl-Jorgensen, Karin (2011). “Have they got news for us?”: Audience revolution or business as usual at the BBC? *Journalism Practice*, 5(1), 85-99.
- Willig, Ida (2013). Le pluralisme des médias au Danemark : presse écrite et en ligne. In Franck Rebillard (dir.), *Pluralisme de l'information et media diversity* (p. 149-169). Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur.
- Winock, Michel (2015). *Histoire de l'extrême droite en France*. Paris : Éd. du Seuil.
- Wolfson, Todd (2012). From the Zapatistas to Indymedia: Dialectics and Orthodoxy in Contemporary Social Movements. *Communication, Culture & Critique*, 5(2), 149-170.

Sources

- Bild, Martial et Milliau, Philippe (2022). *Défaire le parti des médias*. Dualpha éditions.
- Coston, Henry (1997). *Mes années de lutte contre l'imposture. Petit dictionnaire de la presse libre*. Publications Henry Coston.
- Dreyer, Maximilien et Chollet, Claude (2020). *Yann Barthès, le ricanement au « Quotidien »: chronique d'une imposture*. Paris : la Nouvelle librairie éditions.
- Le Gallou, Jean-Yves (2013). *La tyrannie médiatique : les assassins de l'information*. Versailles : Via Romana.
- Le Gallou, Jean-Yves (2014). *La désinformation publicitaire*. Versailles : Via Romana.
- Le Gallou, Jean-Yves (2019). *L'album des bobards : 10 ans de fake news des médias*. Le Chesnay : Via Romana.
- Le Gallou, Jean-Yves, Geoffroy, Michel et Polémia (2015). *Dictionnaire de novlangue: Ces 1000 mots qui vous manipulent*. Versailles : Via Romana.
- Polémia (2019). *Libertex 2019: l'indice de la liberté d'expression*. Polémia. 2019.
- Poublon, Marie-Simone et Randa, Philippe (2019). *Le défi*. Paris : Dualpha éditions.
- Ratier, Emmanuel (1996). *Emmanuel Ratier présente Au cœur du pouvoir: enquête sur le club le plus puissant de France*. Paris : Facta.

Table des figures

Figure 1 : Le recrutement des enquêtés s'est appuyé sur trois configurations : rencontre directe à l'occasion de mobilisations internes (en bleu), prise de contact en ligne (en rouge) et mise en relation par l'entremise d'un tiers (en orange)	36
Figure 2 : Plan de <i>La tyrannie médiatique</i> (2013).....	47
Figure 3 : Vue d'ensemble du réseau de sites et blogs	86
Figure 4 : Vue d'ensemble du réseau de sites et blogs. La taille des sommets et de leurs légendes est fonction de l'indegree	94
Figure 5 : L'indice de modularité permet de mettre à jour des communautés algorithmiquement pertinentes.....	95
Figure 6 : Le « bobard » comprend un lien hypertexte redirigeant vers le documentaire incriminé de <i>France Télévisions</i> ainsi qu'une infographie réalisée par <i>Polémia</i> reprenant des données de l'INSEE et du ministère de la Justice	113
Figure 7 : En 2019, <i>Polémia</i> annonce que la 10 ^{ème} édition de la Cérémonie des Bobards d'or récompense « Les pires “fake news” de l'année ».....	131
Figure 8 : Les différentes formes du travail de délimitation (Carlson, 2015)	151
Figure 9 : Distribution des articles par titre et par année au cours de la recherche sémantique (à gauche) et dans le corpus (à droite)	156
Figure 10 : Les dons auprès de l' <i>OJIM</i> font l'objet d'une contrepartie, l'envoi d'un e-book (newsletter, 22 janvier 2021).....	234
Figure 11 : L'ASPA a pour objet de financer quatre contre-médias de réinformation (capture du site <i>Lengadoc-Info</i> au 22 décembre 2021).....	236
Figure 12 : La vidéo d'appel aux dons du 25 juin 2021 commence par la représentation d'un homme aux yeux dissimulés par une personne tierce, écho de la phrase « Ils vous ont caché l'essentiel »	241
Figure 13 : L'article de <i>FdeSouche</i> présente plusieurs bandeaux publicitaires, renvoyant vers le site de la revue <i>Éléments</i> , ainsi que vers le site de e-commerce « patriote et solidaire » Terre de France (capture au 24 décembre 2021)	245
Figure 14 : <i>Jeune Nation</i> propose 55 produits, des livres, mais aussi objets permettant d'afficher son militantisme dans les milieux nationalistes (autocollants, vêtements, symboles nationalistes) (capture au 24 novembre 2021)	250

Figure 15 : La fabrication de l'information d'actualité peut être détaillée en 5 étapes (Domingo at al, 2008).....	269
Figure 16 : En 2020, l' <i>Étudiant libre</i> permet aux internautes de contribuer, mais ne précise pas ses attentes à ce niveau	290
Figure 17 : Sur <i>Le Rouge et le Noir</i> , les articles rédigés par des acteurs extérieurs au groupe médiactivistes sont marqués comme tels	294
Figure 18 : Sur <i>Résistance républicaine</i> , certains des commentaires peuvent être appelés à être développés dans des articles	302
Figure 19 : Le Journal de <i>TV Libertés</i> reprend les conventions esthétiques du genre (captures du Journal du 14 septembre 2020).....	363
Figure 20 : Temps alloué aux différentes thématiques sur les 4 semaines du corpus, en secondes	366
Figure 21 : Distribution du temps de parole des différents locuteurs sur les quatre semaines.....	370
Figure 22 : Des captures d'écran d'articles de presse sont fréquemment insérés dans les sujets et les brèves du Journal afin de les illustrer	374
Figure 23 : Les vignettes de chaque édition du Journal consistent en des montages marqués par un caractère sardonique	375
Figure 24 : Les vignettes détournent des codes de la culture populaire, ici en adaptant l'iconographie de la saga Star Wars	377
Figure 25 : Les vignettes s'appuient sur le registre de l'anxiogène	378
Figure 26 : Un dessin de presse est utilisé pour illustrer un sujet le 7 septembre.....	379
Figure 27 : Le sujet du 7 septembre relatif à la généralisation du port du masque relaie la parole gouvernementale en s'y opposant. Il recourt aussi à un dessin de presse d'Ignace.	391
Figure 28 : Les développements apportés dans le sujet reposent notamment sur des entretiens téléphoniques avec Aude Mirkovic (Juristes pour l'enfance) et Jean-Marie Le Méné (Fondation Lejeune)	398
Figure 29 : Les sujets communautaires, traitant de l'actualité des extrêmes droites, sont caractérisés par la parole qui est laissée aux acteurs participant aux mobilisations couvertes.....	403

Table des tableaux

Tableau 1 : Sept dimensions permettent de distinguer les médias alternatifs des médias mainstream.....	19
Tableau 2 : Vingt-trois entretiens ont été réalisés avec vingt-deux enquêtés	39
Tableau 3 : Les textes de <i>Polémia</i> distinguent et opposent information et communication, en posant pour postulat que la première tend à disparaître au profit de la seconde.....	54
Tableau 4 : Un jeu d'oppositions posées dans les textes de <i>Polémia</i> permet de critiquer la communication en politique	57
Tableau 5 : Les cinq sites affichant les centralités de degré les plus importantes.	88
Tableau 6 : Six sites affichent un indegree de 30 et plus.....	89
Tableau 7 : Les sites affichant les indegrees les plus importants bénéficient aussi d'importantes audiences (données d'avril 2021)	93
Tableau 8 : Le réseau peut être subdivisé en cinq classes	98
Tableau 9 : Distribution des preuves dans l'ensemble des « bobards »	133
Tableau 10 : Distribution des sources permettant de contester les « bobards » ..	134
Tableau 11 : Fonction des renvois aux médias mainstream dans les références tierces des « bobards »	140
Tableau 12 : Volume et part des articles issus des cellules de fact-checking dans le corpus pour <i>Le Monde</i> et <i>Libération</i>	160
Tableau 13 : Fonctions des références aux contre-médias de réinformation dans les articles du corpus	177
Tableau 14 : Sommes engagées annuellement par les contre-médias, selon mes enquêtés.....	216
Tableau 15 : Nombre de modalités de financement adoptées par les contre-médias	227
Tableau 16 : Présence sur les sites et blogs de modalités de contact des médiactivistes	277
Tableau 17 : Présence des sites et blogs du corpus sur différents RSN	279
Tableau 18 : Durée des sujets du Journal de <i>TV Libertés</i> , par catégorie d'unité d'information	364

Table des annexes

Annexe 1. Propriétés sociales des enquêtés.....	447
Annexe 2. Productions doctrinales de <i>Polémia</i> (2003-2013).....	451
Annexe 3. Distribution de la centralité de degré des sites et blogs	457
Annexe 4. Subsets dans l'analyse de réseau des sites et blogs	459
Annexe 5. Partenaires de la cérémonie des Bobards d'or (2012-2019).....	471
Annexe 6. Codebook des Bobards d'or	473
Annexe 7. Codebook des références mobilisées dans les bobards	475
Annexe 8. Codebook des sites et blogs	477
Annexe 9. Corpus d'articles de presse traitant des contre-médias de réinformation	485
Annexe 10. Structure des coûts de <i>Média-Presse-Info</i>	489
Annexe 11. Lettre de levée de fonds – Notre Antenne (2012).....	491

Annexe 1. Propriétés sociales des enquêtés

Enquêté	Principal contre-média	Autres médias et contre-médias au moment de l'entretien	Sexe	Age	Lieu de résidence	Statut - emploi	Niveau d'études	Militantisme partisan	Militantisme associatif et syndical	Pratique religieuse	Vote
Jean-Yves Le Gallou	Polémia	TV Libertés	H	70	Île-de-France	Retraité (haute fonction publique et politique)	ENA	Front national - cadre (1985-1998) ; Mouvement national républicain - cadre (1998-2004)	Groupement de recherche et d'études pour la civilisation européenne - membre (1968-1974) ; Club de l'Horloge - cofondateur (1974-?)	NA	NA
Martial Bild	TV Libertés	NA	H	57	Île-de-France	Directeur général de TV Libertés	NA	Parti des forces nouvelles - militant (dates non précisées) ; Front national - cadre (1978-2008) ; Parti de la France - cadre (2009-?)	NA	Catholique traditionaliste	NA
Élise	TV Libertés	NA	F	33	Île-de-France	Directrice de la rédaction de TV Libertés	Bac+5	Union pour un Mouvement Populaire - encartée (2005-2008)	NA	Non baptisée. Non pratiquante.	Abstention régulière. Vote François Fillon au 1er tour des élections présidentielles de 2017
Olivier	TV Libertés	Revue survivaliste (titre non précisé)	H	30	Île-de-France	Directeur de la rédaction adjoint de TV Libertés	Bac+5	Liste transpartisane aux élections municipales (début des années 2010)	Scoutisme (dates non précisées) ; Garde Franque - militant (adolescence, dates non précisées)	Catholique traditionaliste	Abstention aux scrutins nationaux. Vote aux élections municipales
Sylvain	TV Libertés	NA	H	35	Île-de-France	Pigiste freelance	Bac+5	[pas d'adhésion partisane]	Union toulousaine indépendante et libre (association étudiante) - membre (dates non précisées)	Catholique pratiquant	Abstention régulière.
Clément	TV Libertés	Sunrise [en hiatus au moment des entretiens]	H	31	/	Salarié de la rédaction de TV Libertés	NA	[pas d'adhésion partisane]	Liberté et Entraide - membre fondateur (2016-?)	Baptisé. Non pratiquant.	Abstention régulière. Vote aux deux tours des élections présidentielles de 2017.
Ferenc	Visegrád Post	Magyar Demokrata (média hongrois) ; TV Libertés	H	32	Hongrie	Entrepreneur : journalisme et traduction	Baccalauréat	[pas d'adhésion partisane]	NA	Cattholique pratiquant	Abstention en France depuis 2017. A voté Marine Le Pen au 2nd tour de l'élection présidentielle en 2017. Participation plus régulière aux élections hongroises.
Thibault	Présent	Visegrád Post ; TV Libertés ; Do Rzeckzy (média polonais) ; Kurier.plus (média polonais)	H	49	Pologne	Entrepreneur : journalisme et intermédiaire dans l'import-export	Bac+4	Parti Chrétien Démocrate - encarté (2 ans, dates non précisées)	NA	Catholique pratiquant	Participation aux élections nationales. Vote "conservateur"

Enquêté	Principal contre-média	Autres médias et contre-médias au moment de l'entretien	Sexe	Age	Lieu de résidence	Statut - emploi	Niveau d'études	Militantisme partisan	Militantisme associatif et syndical	Pratique religieuse	Vote
Xavier	Paris Vox	Zentropa ; Éléments	H	42	Île-de-France	Documentaliste	Bac+4	[pas d'adhésion partisane]	Renouveau étudiant - adhérent (années étudiantes) ; Mouvement identitaire - militant (milieu des années 2000 - ?)	Catholique. Pratique irrégulière.	Abstention au scrutin européen de 2019.
Emmanuel	Burdigala Presse	NA	H	64	Nouvelle-Aquitaine	Psychiatre	Bac+8	[pas d'adhésion partisane]	Alliance des jeunes pour le socialisme - animateur (dates non précisées)	Non pratiquant	Abstention.
Alain	Burdigala Presse	NA	H	73	Nouvelle-Aquitaine	Retraité (vétérinaire)	Bac+4	Rassemblement pour la République - encarté (début des années 1980) ; Front national - militant et élu local (1984-2000)	Vigilance Halal - fondateur (depuis 2011)	Catholique traditionaliste	Participation systématique. Préférence pour les "mouvements souverainistes"
Arnaud	Burdigala Presse	NA	H	67	Nouvelle-Aquitaine	NA	Ingénieur agronome	Lutte ouvrière - militant (années étudiantes) ; Souveraineté, identité et libertés - membre fondateur et élu local (années 2010)	NA	Catholique non pratiquant	Participation régulière.
Georges	Nice Provence Info	NA	H	70	Provence-Alpes-Cote d'Azur	Retraité (entrepreneur et consultant informatique)	Grandes écoles de commerce	Bloc identitaire - membre du bureau (début des années 2000)	Groupement de recherche et d'études pour la civilisation européenne - membre (1978-1986) ; Nissa Rebel - sympathisant (milieu des années 2000)	Catholique traditionaliste	Vote Front national / Rassemblement national
Mathieu	Campus Vox	Sud Radio : Causeur ; Valeurs Actuelles	H	22	Île-de-France	Étudiant	Licence	[pas d'adhésion partisane]	NA	Catholique pratiquant	Participation aux élections présidentielles
Pierre	Riposte Laïque	NA	H	67	NA	Retraité (typographe)	CAP	Parti communiste - militant (1977-1978) ; Ligue communiste révolutionnaire - militant (1979-1984)	Confédération générale du travail - adhérent (milieu années 1970) puis délégué syndical (à partir du milieu des années 1980) ; Union des familles laïques (début des années 2000)	Non croyant	Participation régulière. Vote FN/RN à compter du début des années 2010.
Claude	Observatoire du Journalisme	Liv'Arbitres ; Éléments	H	71	Île-de-France	Retraité (industrie pharmaceutique) maintenant une activité de <i>business-angel</i>	IEP de Paris	UMP - encarté (dates non précisées)	Fédération nationale des étudiants de France (dates non précisées) ; Association française pour la défense de la culture - membre fondateur (1974-1976) ; Groupement de recherche et d'études pour la civilisation européenne - membre (1979- ?) et président (1984-1985)	Non pratiquant	Abstention depuis 2012.

Enquêté	Principal contre-média	Autres médias et contre-médias au moment de l'entretien	Sexe	Age	Lieu de résidence	Statut - emploi	Niveau d'études	Militantisme partisan	Militantisme associatif et syndical	Pratique religieuse	Vote
Antoine	L'Étudiant Libre	NA	H	19	Pays de la Loire	Étudiant	Baccalauréat	[pas d'adhésion partisane]	NA	Catholique pratiquant	Premier vote aux élections européenne de 2019. Vote Rassemblement national
Christine	Résistance Républicaine	<i>Riposte Laïque</i>	F	65	NA	Retraitée (professeure de lettres classiques)	Agrégation	Parti socialiste - militante (1990-2000) ; Mouvement Républicain et Citoyen - représentante de section (2000-2009) ; Debout la République - candidate aux élections européennes (2009-2010)	NA	Non croyante	Participation systématique. Vote FN/RN aux élections nationales.
Roger	Riposte Laïque	<i>Revue Méthode</i> ; blogs personnels	H	68	Île-de-France	Retraité (RATP)	Certificat d'études primaires (CEP)	Rassemblement pour la République puis Union pour un Mouvement Populaire - conseiller municipal (années 1990-2000) ; Front national - candidat aux élections départementales (première moitié des années 2010) ; SIEL - encarté (première moitié des années 2010)	Fédération des syndicats indépendants de la RATP - permanent (fin années 1990-2010)	Non croyant, se déclare agnostique	Participation systématique. Vote FN/RN aux dernières élections.
Hermione	L'Étudiant Libre	Podcast "En quête de bon sens" ; <i>L'Incorrect</i>	F	21	Île-de-France	Étudiante	Bac+3	[pas d'adhésion partisane]	Scouts unitaires de France (9 ans, dates non précisées) ; Cocarde Étudiante (depuis 2017)	Catholique traditionaliste	Vote Front national / Rassemblement national
Romain	Le Rouge et le Noir	NA	H	32	Île-de-France	Entrepreneur (relations publiques et levée de fonds)	Bac+5	[pas d'adhésion partisane]	multiples engagements associatifs	Catholique pratiquant	Abstention depuis 2014
Florent	Visegrád Post	<i>Stand For Christians</i> (site anglophone)	H	26	Pologne	Assistant d'homme politique et pigiste	Bac+5	Liste transpartisane aux élections municipales (dates non précisées)	NA	Catholique pratiquant	Vote en Pologne (PIS)

Annexe 2. Productions doctrinales de Polémia (2003-2013)

2003

- « La tyrannie médiatique » [dossier numérique], 22 octobre 2003. *Non signé*. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=673>
- Bastière Jean-Marc, « “Les maîtres censeurs” : une décennie de plomb », Conscience politique, [date inconnue], URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=673>.
- Bertrand Jean-Emile, « La “L.E.C.H.E” (Langue Essentiellement Consommatoire Hautement Elaborée) ou la nouvelle “langue de bois” médiatique ». URL : <http://www.sciences-arts.org/recherche/Leche.pdf>.
- Christele Philippe, « “Bien entendu c’est off...” : ce que les journalistes politiques ne racontent jamais », *Polémia*, 24 février 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=104>.
- de Benoist Alain, « Le système des médias ». URL : https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/alaindebnoist/pdf/le_systeme_des_medias.pdf.
- Francart Loup, “Infosphère et intelligence stratégique », *Géoscopie*, [date inconnue]. URL : <http://www.geoscopie.com/themes/t883infostra.html>.
- Garnier Jean, « Intellos, Houellebecq et nouveaux réactionnaires », *Polémia*, 12 février 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=128>.
- G. T., « “L’ennemi à l’ère numérique” : chaos, information, domination », *Polémia*, 29 juin 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=486>.
- Le Gallou Jean-Yves, « La télévision, arme maîtresse de la tyrannie médiatique », *Polémia*, 19 octobre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=676>.
- Le Gallou Jean-Yves, « Daniel Schneiderman : “le cauchemar médiatique” », *Polémia*, 18 octobre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=677>.
- Le Gallou Jean-Yves, « “Le Monde” ? Une tyrannie médiatique illégitime », *Polémia*, 11 mars 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=147>.
- Le Gallou Jean-Yves, « Information, communication et canicule », *Polémia*, 2 septembre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=563>.
- Le Gallou Jean-Yves, « Manif anti-grèves du 15 juin 2003 : Internet, arme anti-syndicale », *Polémia*, 17 juin 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=454>.
- Le Gallou Jean-Yves, « Temps médiatique, temps administratif, temps politique », *Polémia*, 25 janvier 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=17>.
- M. M., « Front national : la monarchie médiatique », *Polémia*, 22 avril 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=288>.
- Marlaud Jacques, « La faillite des intellocrates : lettre ouverte à Régis Debray », *GRECE*, 2000. URL : http://www.grece-fr.net/textes/_txtWeb.php?idArt=247.
- Massari Andréa, « Internet, l’altermedia ! », *Polémia*, 17 octobre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=674>.
- Ménébrez Jean-Yves, « De la Californie à Paris : la politique à l’ère de l’hypermédiatisation », *Polémia*, 13 octobre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=651>.
- Ménébrez Jean-Yves, « (Im)popularité de Raffarin : les limites de la “communication” », *Polémia*, 30 septembre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=618>.

- Millière Guy, « Politiquement correct : une explication du traitement médiatique réservé à Vladimir Poutine », *Les 4 Vérités*, [date inconnue]. URL : http://www.les4verites.com/les4verites/articles/372_09112002f.htm.
- Monestier Françoise, « Affaires Houellebecq et Fallaci : la liberté d’expression sous le boisseau », *Polémia*, 15 février 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=87>.
- Monestier Françoise, « Le pouvoir inquisiteur du “Monde” », *Polémia*, 18 octobre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=675>.
- Monestier Françoise, « “Le Monde” mis à nu par Péan et Cohen », *Polémia*, 25 février 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=102>.
- Orcelliande Audric, “Dunkerque, Delanoë, les médias, le racisme », *Conscience politique*, [date inconnue]. URL : http://www.conscience-politique.org/social_et_societe/orcelliandedunkerque.htm.
- Polémia, « Affaire Cantat: l’angélisation de l’extrême gauche », *Polémia*, 16 septembre 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=598>.
- Polémia, « Contre l’intox en Irak : trois contre-mesures individuelles », *Polémia*, 30 juin 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=521>.
- Polémia, « “L’arme de la désinformation” : les multinationales américaines en guerre contre l’Europe », *Polémia*, 27 avril 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=324>.
- Polémia, « “L’imposture verte”, un montage essentiellement médiatique », *Polémia*, 18 mars 2003. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=166>.
- Polémia, « Activisme médiatique : comment influencer sur le traitement de l’information », *Polémia*, [date inconnue]. URL : http://www.polemia.com/cyberaction.php?cat_id=26.
- Polémia, « L’actualité, c’est aussi vous qui la faites : prenez la parole ! », *Polémia*, [date inconnue]. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=26>.
- Polémia, « Les forums de discussion et sondages en ligne », *Polémia*, [date inconnue]. URL : http://www.polemia.com/cyberaction.php?cat_id=28.
- Raufier Xavier, « Sondages, élections et réalité criminelle », [lien cassé].

2005

- Polémia, « Gouverner ou communiquer : il faudra choisir ! », *Polémia*, 24 septembre 2005. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1078>.

2006

Polémia, *La tyrannie médiatique* [brochure], 2006.

- Valla Jean-Claude, « Un exemple de tyrannie médiatique : la normalisation du “Figaro Magazine” », *Polémia*, 27/10/2006. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1345>

2007

- Polémia, « Communiqué. Lancement d’un bulletin de réinformation sur Radio courtoisie », *Polémia*, 14 novembre 2007. *Non signé*. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=1556>

2008

- Dufresne Anne « Le respect de la langue française, l'exigence de la forme au service de la rigueur du fond », *Polémia*, 1^{er} novembre 2008. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=1764>
- Fabre-Bernadac Jean-Pierre, « L'info équitable », *Polémia*, 8 novembre 2008. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=1776>
- Gambier Grégoire, « Qu'est-ce qu'un évènement », *Polémia*, 1^{er} novembre 2008. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=1767>
- Geoffroy Michel, « Un nouveau "Novlangue" », *Polémia*, 1^{er} juin 2008. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1677>.
- Geoffroy Michel, « La bataille du vocabulaire », *Polémia*, 8 novembre 2008. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=1775>
- Le Gallou Jean-Yves, « Douze thèses pour un gramscisme technologique », *Polémia*, 1^{er} novembre 2008. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=1763>
- Monestier Françoise, « La réinformation, bouclier de l'esprit contre la tyrannie médiatique », *Polémia*, 1^{er} novembre 2008. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=1768>
- Polémia, « La réinformation », *Polémia*, 4 septembre 2008. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=1714>
- Polémia, *La tyrannie médiatique* [brochure], 2008.**
- Schleier René, « Echapper aux emballements médiatiques : comment décrypter les faits et les images », *Polémia*, 1^{er} novembre 2008. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=1766>
- Villach Paul, « 1914-1918 : bourrage de crâne et réinformation », *Polémia*, 27 novembre 2008. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=1802>

2009

- Collon Michel, « Désinformation, Réinformation. Notre fil rouge pour décoder l'info : les 5 règles de la propagande de guerre », *Polémia*, 19 septembre 2009. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=2369>
- Blanchard Benjamin, « La fabrication de l'opinion par les sondages. Comment y échapper », *Polémia*, 16 novembre 2009. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=2511>
- Gambier Grégoire, « Imaginaire et réinformation », *Polémia*, 4 novembre 2009. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=2500>
- Geoffroy Michel, « La fabrication de l'opinion par les images. Comment s'en délivrer ? », 2 novembre 2009 [texte en deux parties]. URLs : <http://archives.polemia.com/article.php?id=2493>
<http://archives.polemia.com/article.php?id=2495>
- Geoffroy Michel, « Le dictionnaire de Novlangue (mise à jour janvier 2009) », *Polémia*, 4 janvier 2009. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=1837>.
- Jost Timour, « La réinformation par l'Histoire, les valeurs et les permanences », *Polémia*, 1^{er} novembre 2009. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=2488>
- Le Gallou Jean-Yves, « Statistiquement correct ou statistiquement incorrect ? Comment utiliser les statistiques pour réinformer et utiliser les faits contre l'idéologie dominante », *Polémia*, 26 octobre 2009 [texte en trois parties]. URLs : <https://archives.polemia.com/article.php?id=2474>

<https://archives.polemia.com/article.php?id=2472>

<https://archives.polemia.com/article.php?id=2470>

Le Gallou Jean-Yves, « Réinformation sur les élections européennes », *Polémia*, 10 juin 2009. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=2214>

2010

Daubire Philippe, « Internet : la censure impossible », *Polémia*, 18 novembre 2010. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=3242>

Gambier Grégoire, « Qu'est-ce qu'une information ? », *Polémia*, 18 octobre 2010. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=3156>

Geoffroy Michel, « La technique de désinformation », *Polémia*, 21 avril 2010. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=2833>

Geoffroy Michel, « Les failles du Système : les repérer, les analyser, les exploiter », *Polémia*, 21 octobre 2010 [texte en cinq parties]. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=3172>
<http://archives.polemia.com/article.php?id=3176>
<http://archives.polemia.com/article.php?id=3181>
<http://archives.polemia.com/article.php?id=3186>
<http://archives.polemia.com/article.php?id=3193>

Le Gallou Jean-Yves, « Pour un gramscisme technologique », *Polémia*, 14 mars 2010. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=2773>

Le Gallou Jean-Yves, « Blogs, forums, leviers de contournement du Système », *Polémia*, 23 octobre 2010. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=3177>

Le Gallou Jean-Yves, « Dix-sept thèses sur le système médiatique français », *Polémia*, 21 avril 2010. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=2832>

Polémia, « Cinq cents mots pour la dissidence » [brochure], janvier 2010

2011

Le Gallou Jean-Yves « La Novlangue de l'Union européenne », *Polémia*, 30 août 2011 [texte en deux parties]. URLs :

<https://archives.polemia.com/article.php?id=4044>

<https://archives.polemia.com/article.php?id=4042>

Polémia et Lorne Claude, « Les médias en servitude » [brochure], décembre 2011.

2012

Chollet Claude, « Observatoire des médias : soyez informés sur ceux qui vous informent », *Polémia*, 17 octobre 2012. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=5141>

Dormann Benjamin, « Presse écrite : des milliardaires la dirigent, les contribuables la financent », *Polémia*, 29 octobre 2012. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=5179>

Geoffroy Michel, « Les journalistes en perte d'image », *Polémia*, 16 octobre 2012. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=5132>

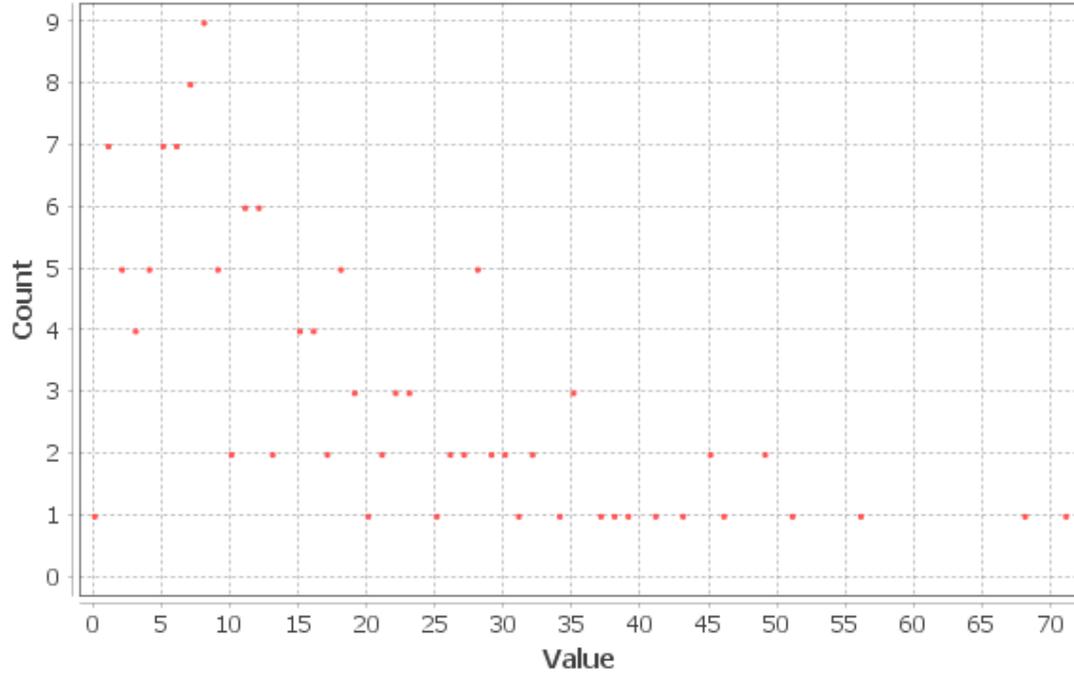
Le Gallou Jean-Yves, « Feu sur les médias de l'oligarchie ! », *Polémia*, 16 octobre 2012. URL : <http://archives.polemia.com/article.php?id=5134>

- Le May Yves, « Présentation de NOVOpress Breizh, édition bretonne de NOVOpress », *Polémia*, 20 octobre 2012. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=5156>
- Milliau Philippe, « “Notre antenne“ : vers une télévision alternative », *Polémia*, 21 octobre 2012. URL : <https://archives.polemia.com/article.php?id=5159>

2013

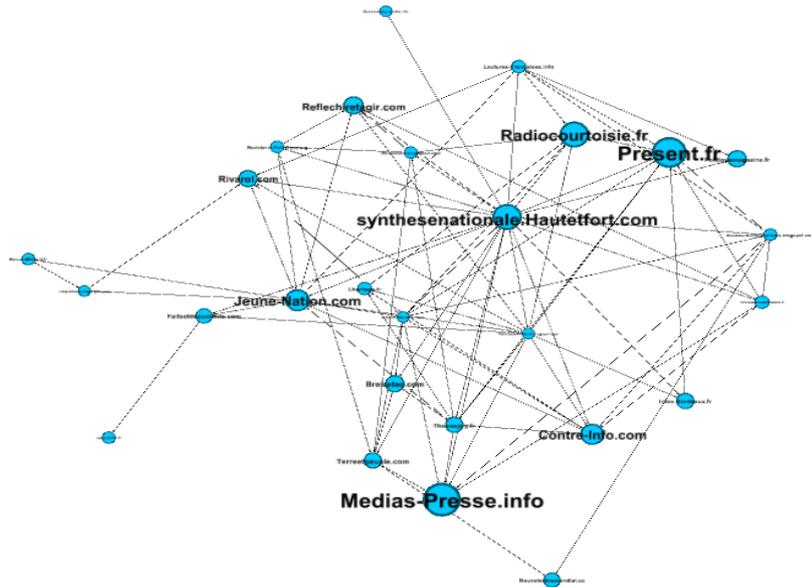
- d’Avirac Jean Henri, « Peut-on réconcilier publicité et identité », *Polémia*, 28 octobre 2013. URL : <https://www.polemia.com/polemia-6e-journee-de-la-reinformation-peut-on-reconcilier-publicite-et-identite/>.
- Cardaillac Cathy, « La fraude des mots et l’extension du domaine du marché », *Polémia*, 11 février 2013. URL : <https://www.polemia.com/la-fraude-des-mots-et-lextension-du-domaine-du-marche/>.
- Gabriel Bruno, « Les techniques de manipulation publicitaire, comment échapper à l’ahurissement », *Polémia*, 30 octobre 2013. URL : <https://www.polemia.com/polemia-6e-journee-de-la-reinformation-les-techniques-de-manipulation-publicitaires-comment-echapper-a-lahurissement/>.
- Geoffroy Michel, « La désinformation publicitaire et comment y faire face », *Polémia*, 26 octobre 2013 [URL cassé].
- Le Gallou Jean-Yves, « Dix moyens pratiques de s’affranchir de la tyrannie publicitaire », *Polémia*, 29 octobre 2013. URL : <https://www.polemia.com/polemia-6e-journee-de-la-reinformation-dix-moyens-pratiques-de-saffranchir-de-la-tyrannie-publicitaire/>.
- Le Gallou Jean-Yves, « Publicité et propagande, éléments essentiels de conditionnement du Système », *Polémia*, 26 octobre 2013. URL : <https://www.polemia.com/publicite-et-propagande-elements-essentiels-de-conditionnement-du-systeme/>.
- Le Gallou Jean Yves, *La tyrannie médiatique. Les assassins de l’information*, Editions Via Romana, 2013**

Annexe 3. Distribution de la centralité de degré des sites et blogs



Annexe 4. Subsets dans l'analyse de réseau des sites et blogs

Annexe 4. Classe 1

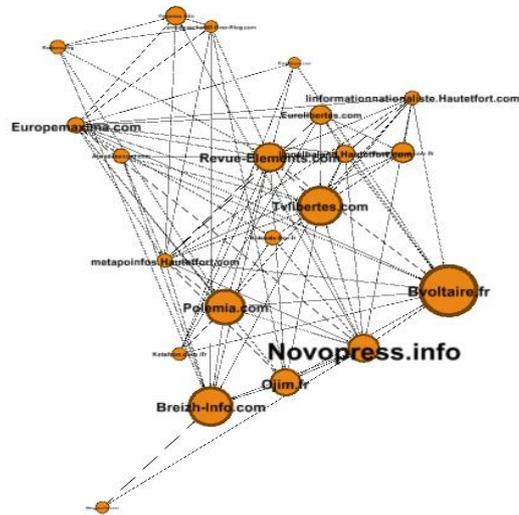


	<i>Indegree</i> (réseau)	<i>Indegree</i> (subset)	<i>Outdegree</i> (réseau)	<i>Outdegree</i> (subset)
Medias-Presse.info (86)	24	7	2	0
Present.fr (107)	21	8	1	1
Radiocourtoisie.fr (110)	16	7	0	0
Synthesenationale.Hautetfort.com (123)	16	8	52	19
Jeune-Nation.com (56)	12	7	7	5
Contre-Info.com (30)	11	7	15	2
Reflechiretagir.com (112)	8	6	0	0
Breiatoo.com (21)	7	4	0	0
Politiquemagazine.fr (105)	7	2	0	0
Rivarol.com (121)	7	6	0	0
Infos-Bordeaux.fr (51)	6	2	2	1
Terreetpeuple.com (124)	6	4	16	3
Thomasjoly.fr (125)	6	2	22	8
Faitsetdocuments.com (42)	5	3	1	1
Nouvelordremondial.cc (95)	5	2	0	0
Informationnationaliste.fr (50)	3	0	20	6
Lectures-Francaises.info (68)	3	3	8	5
Lheritage.fr (81)	3	3	2	2
Aucoeurdunationalisme.blogspot.com (11)	2	2	29	6
Noussommespartout.com (94)	2	2	10	5
Radio.Erfm.fr ((109)	2	1	0	
Revue-Militant.fr (117)	2	2	1	1
Resistance-Helvetique.org (138)	2	2	5	4
Antidote.Hautetfort.com (9)	1	1	24	10
Parolesdemilitants.blogspot.com (102)	1	1	34	12
Quebecoisdesouche.info (108)	1	1	0	0
Integralisme-organique.com (135)	1	1	4	3
TOTAL	180	94	255	94

	<i>Indegree</i> (réseau)	<i>Indegree</i> (subset)	<i>Outdegree</i> (réseau)	<i>Outdegree</i> (subset)
Lesalonbeige.fr (76)	25	9	18	6
Lincorrect.org (82)	15	4	1	1
Ndf.fr (91)	14	6	1	1
Leblogdejeannesmits.blogspot.com (66)	13	7	15	9
Riposte-Catholique.fr (118)	12	8	6	4
Yvesdaoudal.Hautetfort.com (131)	12	4	9	6
Reinformation.tv (113)	11	3	6	2
Lanef.net (65)	8	4	1	0
Les4verites.com (73)	8	3	4	3
Bernard-Antony.com (14)	6	4	3	3
Annebrasse.fr (8)	3	0	5	3
Renaissancecatholique.fr (132)	3	3	5	3
Medias-Catholique.info (85)	2	1	1	0
Correspondanceeuropeenne.eu (31)	1	0	4	3
Monde-Vie.com (90)	1	1	0	0
Belgicatho.be (12)	0	0	8	6
Islam-et-Verite.com (54)	0	0	19	7
TOTAL	134	57	106	57

	<i>Indegree</i> (réseau)	<i>Indegree</i> (subset)	<i>Outdegree</i> (réseau)	<i>Outdegree</i> (subset)
Francais.RT.com (46)	39	14	0	0
Fr.Sputniknews.com (45)	27	14	1	0
Egaliteetreconciliation.fr (37)	22	9	15	4
Reseauinternational.net (115)	20	11	15	12
Agoravox (3)	14	9	2	1
Les-Crises.fr (77)	11	8	5	4
Lesakerfrancophone.fr (75)	10	8	3	2
Leblogalupus.com (114)	10	7	39	15
H16free.com (49)	9	4	9	5
Nice-Provence.info (93)	7	4	1	1
Planete360.fr (103)	7	5	3	3
Antipresse.net (10)	6	4	0	0
Crashdebug.fr (32)	6	5	5	4
Fawkes-News.com (43)	5	3	25	15
Investigation.net/fr (53)	5	4	2	1
Jovanovic.com (57)	5	2	7	6
Lelibrepenseur.org (69)	5	3	3	3
Lesmoutonsenrages.fr (78)	5	4	18	13
Olivierdemeulenaere.wordpress.com (99)	5	4	17	11
Reinfocovid.fr (136)	5	5	1	
Ns2017.Wordpress.com (97)	4	1	24	8
Chroniquesdugrandjeu.com (27)	3	2	0	0
Lemediapourtous.fr (70)	3	2	4	3
Patriote.info (141)	3	1	2	2
Cercledesvolontaires.fr (25)	2	1	6	6
Orangamer.wordpress.com (100)	2	0	16	7
Leblogdepaysansavoyard.wordpress.com (67)	1	1	3	1
Democratieparticipative.blog (35)	0	0	1	1
Gerardinfo.fr (63)	0	0	4	2
Meta.tv (87)	0	0	5	5
TOTAL	241	135	236	135

Annexe 4 : Classe 4



	<i>Indegree</i> (réseau)	<i>Indegree</i> (subset)	<i>Outdegree</i> (réseau)	<i>Outdegree</i> (subset)
Bvoltaire.com (23)	44	12	1	0
Breizh-Info.com (22)	31	10	4	1
TVlibertes.com (126)	31	11	3	1
Polemia.com (104)	27	7	5	4
Revue-Elements.com (18)	20	13	9	5
Novopress.info (96)	19	6	30	10
Ojim.fr(98)	18	5	12	3
Visegradpost.com (128)	11	4	1	1
Eurolibertes.com (39)	10	3	10	5
Parisvox.info (101)	9	5	1	0
Lionelbaland.Hautetfort.com (84)	8	4	13	7
Europemaxima.com (41)	6	1	26	15
Alaindebenoist.com (4)	5	3	6	5
Bobards-Dor.fr	5	3	7	3
Linformationnationaliste.Hautetfort.com (83)	4	1	24	8
Metapoinfos.Hautetfort.com (88)	4	3	23	13
Radiomz.org (111)	4	1	4	4
Katehon.com/fr (58)	3	2	12	3
Amoyquechault.Over-Blog.com (7)	2	2	9	5
Blogrioufol.com	2	1	3	2
Davidlepee.com	1	1	5	3
TOTAL	264	98	208	98

	<i>Indegree</i> (réseau)	<i>Indegree</i> (subset)	<i>Outdegree</i> (réseau)	<i>Outdegree</i> (subset)
24heuresactu.com (1)	4	3	3	2
Prechi-Precha.fr (106)	3	3	1	1
Resistancerepublicaine.com (116)	10	7	19	9
Ripostelaique.com (120)	24	10	27	14
Saucisson-Pinard.blogspot.com (122)	2	1	9	5
Valeursactuelles.com (127)	38	16	0	0
Voxnr.com (130)	5	1	1	1
Jereinforme.fr (133)	1	1	8	5
Vexilla-Gallilae.fr (137)	4	2	2	1
Campus-Vox.com (139)	0	0	1	1
Letudiantlibre.fr (140)	1	1	0	0
Lescrutateur.com (142)	0	0	4	4
Bernardlugan.blogspot.com (15)	14	8	1	0
Blog.Causeur.fr/lavoixdenosmaitres (16)	1	1	3	2
Actu17.fr	9	5	0	0
Boulevarddelislamisme.blog.Tdg.ch (20)	2	2	4	4
Causeur.fr (24)	23	11	0	0
Christianophobie.fr (26)	13	6	5	2
Citoyens-Et-Français.fr (28)	2	2	0	0
Conseildansesperanceduroi.Wordpress.com (29)	4	1	41	19
Damocles.co (33)	2	2	0	0
Dreuz.info (36)	17	11	10	6
Eldorhaan.Wordpress.com (38)	0	0	2	2
Europe-Israel.org (40)	12	6	7	7
Fdesouche.com (44)	41	14	0	0
Francaisdefrance.Wordpress.com (47)	4	3	52	20
Fromageplus.Wordpress.com (48)	1	1	10	6
By-Jipp.blogspot.com (52)	8	2	63	21
Islamisation.fr (55)	12	6	3	2
Labrebisgalleuse.blogspot.com (59)	1	1	0	0
Aldo-Sterone.com	0	0	1	1
Lafautearousseau.Hautetfort.com (60)	7	4	11	5
Actionfrancaise.net (61)	7	2	5	3
Lebiencommun.net (62)	2	2	0	0
Lalettrepatriote.com (64)	9	5	0	0

Lengadoc-info.com (71)	5	3	8	3
Lerougetlenoir.org (72)	7	4	0	0
Lesobservateurs.ch (80)	18	9	28	12
Minurne.org (89)	8	6	9	6
Place-Armes.fr/blog	3	2	0	0
TOTAL	324	164	338	164

Annexe 5. Partenaires de la cérémonie des Bobards d'or (2012-2019)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Délit d'image	1	1	1	1	1	1	0	0
Novopress	1	1	1	1	1	1	0	0
Fdesouche	1	1	1	1	1	1	0	0
Nouvelles de France	1	1	1	1	1	1	0	0
Europa Radio	1	0	0	0	0	0	0	0
Agence2Presse	1	1	1	1	1	1	0	0
Le Rouge et le Noir	0	0	1	1	0	0	0	0
TVLibertés	0	0	1	1	1	1	0	0
Droite.tv	0	0	0	1	1	1	0	0
La gauche m'a tuer	0	0	0	1	1	1	0	0
Le Bréviaire des patriotes	0	0	0	1	0	0	0	0
Le Salon Beige	0	0	0	1	1	0	0	0
Le bulletin de réinformation de Radio Courtoisie	0	0	0	0	1	1	0	0
Breizh Info	0	0	0	0	1	1	0	0
Boulevard Voltaire	0	0	0	0	1	1	0	0

Annexe 6. Codebook des Bobards d'or

Liste des variables

1. Id

Identifiant alpha-numérique attribué à chacun des bobards

2. Année_Bob

Année à laquelle le bobard a été présenté au vote

Format : yyyy

3. Année_Pub

Année à laquelle le bobard a été publié

Format : yyyy

4. Esp

Dimension internationale ou nationale de l'information

1= information nationale

2= information internationale

5. Proc

Procédé manipulateur mis en valeur dans la description du bobard

1= utilisation trompeuse de chiffres et de statistiques (sondage, statistiques publiques, etc.)

2= manipulation des images, photographies et vidéos

3= utilisation d'expression euphémisantes, ou au contraire diabolisantes permettant de minimiser la portée de certains actes, ou d'aggraver d'autres et emploi d'un vocabulaire trompeur

4= parole donnée uniquement à une partie au sujet d'un problème public identifié et/ou refus de laisser une partie s'exprimer

5= attention des médias focalisée sur un problème périphérique au problème public principal

6= mobilisation d'expertises contestables

7= appel à l'émotion des téléspectateurs / lecteurs / auditeurs

8= propos rapportés déformés (rapports partiels et traductions comportant des failles)

9= emploi de plus d'un des procédés évoqués plus haut

6. Media

Nature du média dont l'information est dénoncée/moquée

1= télévision (y compris site Internet)

2= radio (y compris site Internet)

3= presse (y compris site Internet)

4= agence de presse

5= ensemble des médias / plusieurs médias

6= blogs, pure players et réseaux sociaux numériques

7. Nat_media

Si Media est codé 1, 2 ou 3. Si codé 4, 5 ou 6 indiquer NA.

- 1 = média public
- 2= média privé
- 3= média étranger

8. Journ_id

Identité du journaliste ou de l'expert

- 1= l'identité de l'individu est révélée
- 0= il n'y a pas de mention de l'identité de l'individu

Annexe 7. Codebook des références mobilisées dans les bobards

Liste des variables

1. Id_source

Identifiant numérique nnnn. Ou le premier chiffre correspond à l'édition, 1nnn pour les sources en 2012, 2nnn pour les sources en 2013, etc.

2. Id_bob

Identifiant alpha-numérique attribué à chacun des bobards

3. Fonction

Quel est la fonction de la référence mobilisée

1= sert à montrer la circulation du bobard (reprises dans les médias du bobard, validation des vues constituant le bobard par d'autres médias ou expose la source originelle du bobard repris par le.s média.s dénoncé.s)

2= sert à montrer la compromission des médias et des journalistes au service de l'idéologie dominante, ainsi que leurs manquements à l'éthique (ex. sélection des sources)

3= sert à rétablir la *vérité*, ou du moins à contester/remettre en question les faits et opinions incriminés

4= neutre (fonction de contextualisation + lien vers la page d'accueil d'un média)

4. Nat_source

Nature de la source référencée

1= Médias et journalistes *mainstream* + AFP

2= Acteurs de la critique des médias de gauche (Arrêt sur Images, Acrimed)

3= Médias et acteurs de réinformation ou proches de la réinformation (comprenant OJIM) + « presse amie du mouvement national » (*Présent*, *Valeurs Actuelles*, etc.) + média « néo-réactionnaires » (Causeur)

4= Sources institutionnelles (INSEE, ministères, INED, etc.)

5= Autre

5. Ancr_source

Ancrage de la source mobilisée

1= Local

2= National (France)

3= International (hors France)

6. Supp_source

Quel support est mobilisé pour faire référence à la source considérée ?

1= simple mention ou résumé

2= résumé incluant une ou des citations (la mobilisation de chiffres d'enquêtes publiques est considérée comme une citation)

3= lien hypertexte (potentiellement accompagné d'un résumé et de citations)

4= vidéo ou extrait sonore (potentiellement accompagné d'un résumé et de citations)

5= image - capture d'écran, photographie, etc. (potentiellement accompagné d'un résumé et de citations)

6= publications issues des RSN – sous forme d'insert des publications et/ou de captures d'écran (Twitter et Facebook)

7. Source

Nom de la source mobilisée, en toutes lettres

Annexe 8. Codebook des sites et blogs

Liste des variables

1. Id

Identifiant : nom du site analysé.

2. URL

URL du site analysé. Retenir comme URL la page d'accueil de ce dernier.

3. Date_cons

Date de consultation du site : format jj/mm/aaaa.

4. Date_crea

Année de création du site : format aaaa.

5. Typo

Typologie de la localité en ligne analysée

1 = site.

2 = blog.

6. Réinfo

Le site se présente explicitement comme un média de réinformation

0 = Non

1 = Oui.

7. Med_trad

La publication est associée à un média traditionnel

0 = Non

1 = Oui, un média papier

2 = Oui, un média audiovisuel.

Communication avec l'organisation et transparence

8. ADR

Le site présente une adresse postale permettant d'entrer en contact avec la rédaction

0 = Non

1 = Oui

9. Tel

Le site présente un numéro de téléphone permettant d'entrer en contact avec la rédaction.

0= Non

1= Oui

10. Email

Le site présente un mail permettant d'entrer en contact avec la rédaction, ou un formulaire de contact.

0= Non

1= Oui

11. Resp_pub

Le nom du responsable de publication est accessible à l'internaute

0= Non

1= Oui.

12. Redac

Une rubrique accessible aux internautes liste, et potentiellement présente, les différents contributeurs et rédacteurs du site.

0= Non

1= Oui.

Financement du site

13. Ecomm

Le site comprend une rubrique d'e-commerce, ou renvoie vers un site d'e-commerce, ce qui lui permet de se financer.

0= Non

1= Oui.

14. Abo

Le site propose des abonnements permettant aux internautes d'avoir accès à certains contenus, ou à tous les contenus.

0= Non

1= Oui

15. Pub

Le site abrite des publicités

0= Non

1= Oui

16. Dons

Le site recueille des dons des internautes et dispose d'un onglet permettant à ces derniers de donner de l'argent (PayPal ou autre).

0= Non

1= Oui.

Idéologie

17. Info

Une rubrique « À propos » ou « qui sommes-nous » existe sur le site.

0= Non

1= Oui

18. Obj

Les objectifs poursuivis par le média, et les grands principes qui motivent son existence sont précisés dans la rubrique « À propos »/ « Qui sommes-nous ».

0= Non

1= Oui.

Propagande à destination de l'outgroup

19. Search

Le site dispose d'un moteur de recherche interne.

0= Non

1= Oui

20. Chrono

Le site dispose d'un système de classement des contenus en fonction de leur date de publication, accessible aux internautes. Pour les blogs, « Archives »

0= Non

1= Oui

21. Rubric

Les contributions sont rangées dans des rubriques.

0= Non

1= Oui.

22. Compt

Le site dispose d'un compteur du nombre de visites.

0= Non

1= Oui.

Dimension communautaire et identitaire entourant le site

23. Newsletter

Le site propose aux internautes de s'inscrire à une newsletter leur permettant de recevoir des informations régulières

0= Non

1= Oui.

24. Chat

Le site dispose d'un chat accessible aux internautes

0= Non

1= Oui.

25. Forum

Le site dispose d'un forum accessible aux internautes

0= Non

1= Oui

26. Comm

Les internautes peuvent commenter les différentes publications du site / du blog.

0= Non

1= Oui.

27. Twitter

Un onglet ou une icône renvoie vers le compte du site sur un réseau social – Twitter.

0= Non

1= Oui.

28. Facebook

Un onglet ou une icône renvoie vers le compte du site sur un réseau social – Facebook.

0= Non

1= Oui.

29. Instagram

Un onglet ou une icône renvoie vers le compte du site sur un réseau social – Instagram.

0= Non

1= Oui.

30. Youtube

Un onglet ou une icône renvoie vers le compte du site sur un réseau social – YouTube.

0= Non

1= Oui.

31. Telegram

Un onglet ou une icône renvoie vers le compte du site sur un réseau social – Telegram.

0= Non

1= Oui.

32. Vkontakte

Un onglet ou une icône renvoie vers le compte du site sur un réseau social – Vkontakte.

0= Non

1= Oui.

33. Gab

Un onglet ou une icône renvoie vers le compte du site sur un réseau social – Gab.

0= Non

1= Oui.

34. Amis

Le site / le blog renvoie à des sites et blogs amis ou partenaires, à travers un blogroll ou une section dédiée.

0=Non

1= Oui.

Internet, outil de recrutement et de mobilisation

35. Membre

Il est proposé aux internautes de devenir membre de l'organisation / du média. Valide (=1) quand certains espaces sont réservés à des abonnés.

0= Non

1= Oui

36. Calend

Le site présente un calendrier, affichant des évènements militants, que ces évènements soient organisés par le site/l'organisation en question, ou par des organisations amies.

0= Non

1= Oui.

37. Contrib

Il est possible pour les internautes de soumettre un article aux animateurs du site / du blog, la localité en ligne disposant d'une section dédiée. Positif aussi dans les cas où les sites encouragent les internautes à remonter des informations.

0= Non.

1= Oui.

Ouverture à l'international

38. Amis_inter

Parmi les sites vers lesquels renvoie le site / le blog se trouvent des localités en ligne étrangères, et/ou en langue étrangère.

0= Non

1= Oui.

39. Trad.

Les contenus du site – ou une partie des contenus du site – sont traduits dans une autre langue que le français (mais pas les langues régionales). Positif si intégration du module Google permettant la traduction automatique de la page.

0= Non

1= Oui.

2= Existence de plusieurs rédactions sur critères linguistiques

Metrics Similar Web

Il s'agit ici d'avoir quelques informations objectives concernant les données de fréquentation des sites et blogs analysés, en employant pour cela le plugin Similar Web sur le navigateur Chrome. Ces informations doivent être considérées avec prudence, elles sont avant tout indicatives. Si les données ne sont pas disponibles, noter NA.

40. Classement

Classement du site / du blog au niveau national. Donnée numérique.

41. Visiteurs

Estimation du nombre de visiteurs sur le mois passé. Données numériques.

42. Temps

Temps moyen passé sur le site ou sur le blog. Noter hh : mm : ss.

Annexe 9. Corpus d'articles de presse traitant des contre-médias de réinformation

- Albertini, Dominique (2015). La fachosphère se paie la tournée des «bobards». *Libération*, 10.03.2015, p. 12.
- Albertini, Dominique (2016). Le sida comme arme anticastriste, vraiment ? *Libération*, 12.03.2016, p. 6.
- Audureau, William et Lamy, Corentin (2017). Petit guide pour comprendre le langage des trolls d'extrême droite. [En ligne] www.lemonde.fr. 02.04.2017.
- (auteur non indiqué) (2018). Les mots du national-populisme. *Libération*, 27.10.2018, p. 2-3-4-6-7-8-9-10.
- Battaglia, Mattea et Faye, Olivier (2016). L'extrême droite s'invite dans un manuel de géographie de 5e. *Le Monde*, 21.11.2016, p. 10.
- Berteloot, Tristan (2018). Le programme de Stéphane Ravier pour Marseille : «faire revenir les « souchiens »». [En ligne] www.liberation.fr. 16.11.2018.
- Berteloot, Tristan (2019a). «Pacte de Marrakech», la trajectoire d'une fake news. *Libération*, 15.02.2019, p. 13.
- Berteloot, Tristan (2019b). RN : sur le Web, racoler pour mieux régner. *Libération*, 15.02.2019, p. 12-13.
- Berteloot, Tristan et Luysen, Johanna (2018). De l'Allemagne à la France, «réinformer» pour mieux gagner. *Libération*, 27.10.2018, p. 8-9.
- Bouthier, Baptiste et Lefilliâtre, Jérôme (2017a). Facebook, un mois dans la machine à infos. *Libération*, 13.03.2017, p. 2-3.
- Bouthier, Baptiste et Lefilliâtre, Jérôme (2017b). Guilhem Fouetillou : «Un terrain en temps réel, global, spontané». *Libération*, 13.03.2017, p. 4-5.
- Bretton, Laure et Bouchet-Petersen, Jonhatan (2017). 2017: le big bazar. *Libération*, 13.02.2017, p. 2-3-4.
- Carzon, David (2017). Réflexes. *Libération*, 13.03.2017, p. 2.
- Chahine, Marwan (2011). Dans la «réacosphère», les islamophobes déversent leur haine. *Libération*, 27.07.2011, p. 11.
- Chemin, Ariane et Krug, François (2017). Pierre Sautarel l'apprenti droitier. *Le Monde*, 15.04.2017, p. 16.
- Cogné, Gaël (2008). Les réacs du Web, antigays primaires. *Libération*, 30.04.2008, p. QUO13.
- de la Roche Saint-André, Elsa (2021). La mortalité des pilotes de ligne américains a-t-elle progressé de 1750% à cause des vaccins anti-Covid ? [En ligne] www.liberation.fr. 24.12.2021.
- de Boni, Marc (2015). «Je suis Charlie» détourné au FN pour soutenir le site FdeSouche. [En ligne] www.lefigaro.fr. 28.07.2015.
- de La Roche Saint-André, Elsa (2021). «Le Média pour tous» : que sait-on de ce «site de réinformation» ? [En ligne] www.liberation.fr. 18.06.2021.
- Faye, Olivier (2018). Quand un membre de LR anime une télé de «réinformation». *Le Monde*, 08.02.2018, p. 10.
- Faye, Olivier et Piquard, Alexandre (2016). Raciste déclaré, le président de Radio Courtoisie, Henry de Lesquen, est prié de démissionner. *Le Monde*, 04.07.2016, p. 8.
- Herrero, Océane (2020). Coronavirus : quand de simples citoyens s'improvisent «média de réinformation» sur Facebook. [En ligne] www.lefigaro.fr. 19.03.2020.

- Laurent, Samuel (2014). Valérie Trierweiler et les vases de Sèvres : itinéraire d'une intox. [En ligne] www.lemonde.fr. 23.01.2014.
- Laurent, Samuel (2015). Migrants : la guerre des images. [En ligne] www.lemonde.fr. 04.09.2015.
- Laurent, Samuel (2016). Nordactu, Breizh Info, Info-Bordeaux... Les vrais faux sites d'infos locales des militants identitaires. [En ligne] www.lemonde.fr. 01.11.2016.
- Laurent, Samuel (2021). Samuel Goujon, de l'école Centrale aux listes de juifs. [En ligne] www.lemonde.fr. 23.08.2021.
- Laurent, Samuel et Barthet, Élise (2013). Des anti-mariage gay se remobilisent contre une intervention en Syrie. [En ligne] www.lemonde.fr. 06.09.2013.
- Laurent, Samuel et Sénecat, Adrien (2017). Présidentielle 2017 : une campagne plombée par les rumeurs, les intox et les « fausses informations ». [En ligne] www.lemonde.fr. 05.05.2017.
- Le Monde (2020). Non, Joe Biden n'a pas admis que les démocrates ont établi « le plus grand système de fraude ». [En ligne] www.lemonde.fr. 06.11.2020.
- Leboucq, Fabien (2019). Manif #NousToutes : qui se cache derrière les «féministes anti-immigration» de Nemesis ? *Libération*, 30.11.2019, p. 21.
- Leboucq, Fabien (2020). Qu'est-ce que Réinfo Covid, ce collectif qui veut «résister» face à la gestion de l'épidémie par le gouvernement ? [En ligne] www.liberation.fr. 19.11.2020.
- Leloup, Damien (2019). Des milliardaires américains financent discrètement des campagnes de désinformation en Europe. [En ligne] www.lemonde.fr. 07.03.2019.
- Licourt, Julien (2018). Petit lexique de la fausse information. [En ligne] www.lefigaro.fr. 08.01.2018.
- Licourt, Julien (2020). Suppression de comptes YouTube : «Soral et Dieudonné vont devoir se réinventer totalement». [En ligne] www.lefigaro.fr. 09.07.2020.
- Macé, Maxime (2021). «Désinfosphère» : Internet dans le facho business. [En ligne] www.liberation.fr. 18.10.2021.
- Macé, Maxime et Plottu, Pierre (2021). État et extrême droite, les dons amis. *Libération*, 10.04.2021, p. 2,3,4,5.
- Mestre, Abel (2011). Robert Ménard, invité vedette de l'extrême... extrême droite. *Le Monde*, 28.09.2011, p. 10.
- Mestre, Abel (2016). Quand l'extrême droite identitaire bretonne en pince pour l'Ovalie. [En ligne] www.lemonde.fr. 08.09.2016.
- Mestre, Abel et Monnot, Caroline (2011). L'extrême droite de blog en blog. *Le Monde*, 05.07.2011, p. 14.
- Mestre, Abel et Monnot, Caroline (2012). Un proche de Mme Le Pen a attiré l'attention de Tracfin. *Le Monde*, 11.07.2012, p. 7.
- Mestre, Abel et Soullier, Lucie (2020). La politique à l'ère du clash permanent sur les plateaux télé. *Le Monde*, 12.09.2020, p. ECO15.
- Meteyer, Madeleine (2017). Un maire LR exclu du parti pour avoir annoncé qu'il voterait Front national. [En ligne] [Un maire LR exclu du parti pour avoir annoncé qu'il voterait Front national](http://www.lemonde.fr). 27.04.2017.
- Motet, Laura (2017). Les forums de Jeuxvideo.com, fers de lance de la campagne de Marine Le Pen ? [En ligne] www.lemonde.fr. 02.04.2017.
- Parienté, Jonathan et Laurent, Samuel (2014). « Théorie du genre » : Laurence Rossignol n'a jamais dit que « les enfants appartiennent à l'État ». [En ligne] www.lemonde.fr. 30.01.2014.

- Peillon, Luc (2021). Covid-19 : est-il vrai que les départements les «plus vaccinés» ne connaissent pas moins de cas que les autres ? [En ligne] www.liberation.fr. 02.12.2021.
- Pezet, Jacques (2019a). D'où sort cette carte des «églises brûlées» en France au cours des quatre dernières années ? [En ligne] www.liberation.fr. 23.04.2019.
- Pezet, Jacques (2019b). Qui se cache derrière le nouveau média d'extrême droite Sunrise ? [En ligne] www.liberation.fr. 01.07.2019.
- Plottu, Pierre (2020). Lafont et Thieulloy : collaborateurs de sénateurs LR et piliers de la fachosphère. [En ligne] www.liberation.fr. 14.12.2020.
- Plottu, Pierre (2021). YouTube, cheval de Troie de la «réacosphère». [En ligne] www.liberation.fr. 22.06.2021.
- Sauvaget, Bernadette (2014). Les ressorts d'une Église à réactions. *Libération*, 09.04.2014, p. 2-3-4.
- Sénécat, Adrien (2017a). Comment des sites d'extrême droite fabriquent un récit « alternatif » de la présidentielle. [En ligne] www.lemonde.fr. 03.04.2017.
- Sénécat, Adrien (2017b). Emmanuel Macron, première victime des intox pendant la campagne présidentielle. [En ligne] www.lemonde.fr. 04.05.2017.
- Sénécat, Adrien (2018). Comment des sites militants ont diffusé un faux témoignage sur la « propagande islamique ». [En ligne] www.lemonde.fr. 02.05.2018.
- Sénécat, Adrien (2020). Covid-19 : les visages de la fronde antimasques et antirestrictions. [En ligne] www.lemonde.fr. 04.10.2020.
- Six, Nicolas (2014). Najat Vallaud-Belkacem, nouvelle cible privilégiée des intox. [En ligne] www.lemonde.fr. 08.09.2014.
- Vaudano, Maxime (2019). Monot, Dupont-Aignan et le traité d'Aix-la-Chapelle : itinéraire d'une intox très politique. [En ligne] www.lemonde.fr. 21.01.2019.
- Woitier, Chloé (2016). Le site pro-Trump Breitbart News veut conquérir la France. [En ligne] www.lefigaro.fr. 10.11.2016.
- Zemmour, Eric (2016). On nous cache tout, on nous dit rien ! *Le Figaro*, 17.03.2016, p. 15.

Annexe 10. Structure des coûts de Média- Presse-Info



Média-Presses-Info

Chers amis et chers lecteurs,

Votre site d'information medias-presse.info (MPI) souffle sa 3ème bougie ce mois-ci, avec presque **12 millions de pages lues** au cours de cette troisième année, soit une progression de 20%. Votre fidélité est le premier encouragement à continuer cette œuvre de réinformation sans concession dont le succès ne se départit pas ! **MPI est aujourd'hui le premier site d'information réellement catholique.**

Le département vidéo **MPI-TV** en est à sa 2ème année et continue son développement avec succès. A ce jour, la chaîne sur youtube – entièrement gratuite – compte 13.000 abonnés et a atteint **près de 7 millions de vues**, soit une augmentation de 75% d'audience !

Pour assurer cette mission, nos frais actuels sont les suivants :

- Rédaction : 2500 € / mois
- Serveur informatique : 250 € / mois
- Maintenance informatique : 260 € / mois
- Serveur emailing : 280 € / mois
- Logiciels et plugins divers : 100 € / mois
- Déplacements MPI-TV : 700 € / mois

Soit un total de 4090 € / mois. Nos recettes publicitaires actuelles sont de l'ordre de 1.100 € / mois. Il nous faut donc trouver à ce stade 2.990 € / mois par d'autres moyens, **soit 35.880 € environ sur une année.** Un budget dérisoire au regard des sommes réclamées par d'autres médias, qui témoigne que nous pouvons faire beaucoup en ne gaspillant rien.

Nous voudrions aussi développer notre département MPI TV, pouvoir augmenter les déplacements et les reportages. Et disposer pour cela d'un budget supplémentaire de 500 € / mois, soit **6.000 € environ sur une année.**

Nous aimerions également trouver 8.000 € supplémentaires sur l'année pour étoffer notre rédaction et pouvoir faire des enquêtes de terrain qui impliquent d'autres frais de déplacements.

Au total, nous recherchons **50.000 € par an** pour vous fournir un vrai travail quotidien de réinformation et contribuer efficacement à désintoxiquer nos contemporains gavés des manipulations des médias du système.

Si nous trouvons **500 lecteurs militants qui contribuent à hauteur de 100 euros** (ce qui fait moins de 10 € par mois !), nous aurons de quoi couvrir tous nos frais actuels et améliorer notre travail. Cette formule n'est pas limitative, bien sûr. Et chacun est invité à nous aider selon ses moyens.

MPI ne peut délivrer de reçus fiscaux, et nous ne pouvons compter que sur votre générosité qui nous est indispensable. Nous vous remercions de l'aide bienfaitrice que vous pourrez nous apporter pour assurer notre budget de l'année qui vient.

Merci de votre généreux soutien !

Annexe 11. Lettre de levée de fonds – Notre Antenne (2012)



Une lettre
de Gérard Marin
ancien rédacteur
en chef au Figaro



Vous le savez, la presse, les radios vous mentent et vous cachent tout ce qui dérange la bien pensance. La télévision fait pire. Non seulement elle ment davantage, mais elle sape les principes de l'identité française et défend des valeurs et un mode vie opposés aux nôtres.

Paris, le 19 décembre 2012

Chère Madame, cher Monsieur,

Alors que la droite nous offre le triste spectacle de ses divisions, le gouvernement multiplie les provocations: mariage homosexuel, droit de vote des étrangers non-européens, régularisation des clandestins, naturalisations à la va-vite pour des raisons électoralistes, etc.

((Des gauchistes aux écologistes, en passant par les communistes, les socialistes et les intellectuels germano-pratins, la gauche peut d'autant plus facilement détruire la France que nous aimons qu'elle profite de la complicité militante des médias.

Voilà pourquoi des patriotes de tous horizons professionnels, écrivains, journalistes, universitaires, entrepreneurs, retraités, fonctionnaires, ont réuni leurs efforts pour créer une télévision qui redonne la parole et des raisons d'espérer aux Français comme vous et moi.

C'est pourquoi je vous invite à nous rejoindre pour le grand projet qui va arrêter cette course à l'abîme.

Ce grand projet d'une télé à nous porte un nom: Notre Antenne.

Pourquoi cette initiative?

Aujourd'hui, la télévision est le média qui touche le plus de Français en même temps et qui façonne leur manière de penser et leurs valeurs.

Vous pouvez en constater les effets néfastes autour de vous.

- N'êtes-vous pas choqué de voir vos enfants ou petits-enfants scotchés devant des programmes dégradants?
- Ne remarquez-vous pas dans votre entourage des personnes qui reprennent sans réfléchir l'idéologie de la télévision sur des sujets comme l'étatisme, les bonnes mœurs, les lois liberticides, l'islamisation, le multiculturalisme ou l'immigration?
- N'êtes-vous pas fatigué de voir que les personnes que vous respectez ne sont jamais invitées à la télévision?

Notre objectif est de créer un espace de liberté où les Français comme vous et moi retrouveront la possibilité de transmettre les valeurs qu'ils ont reçues en héritage de leurs pères.

Vous êtes en droit de nous demander: «Pourquoi lancer ce projet maintenant? Pourquoi ne pas l'avoir fait plus tôt?»

Jusqu'à présent, la télévision était soumise à un double verrou

1) Un verrou administratif.

Par le biais du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA),
l'État distribue au compte-gouttes les autorisations d'émettre.

Vous vous en doutez, les projets «politiquement incorrects» n'ont aucune chance d'obtenir une autorisation. Souhaitez-vous des exemples?

- Nous allons vous citer un des plus scandaleux, le refus obstiné, année après année d'accorder le droit d'émettre en clair sur les ondes (TNT) à la télévision catholique KTO.
- En revanche, le CSA a donné cette année son accord enthousiaste à TVous la diversité, crée par Pascal Houzelot, fondateur de Pink TV la télévision homosexuelle. Pourquoi cet empressement? Parce que TVous entend lutter pour une plus grande visibilité des minorités, raciales, religieuses ou sexuelles.
- En d'autres termes, pour le CSA, un Français de souche, de culture catholique, n'a qu'un droit, celui de se taire et de se laisser mourir pour laisser la place à d'autres venus de très loin.

Or, nous n'avons aucune envie de nous laisser mourir et, nous en sommes certains, vous non plus. Bien au contraire, nous sommes prêts à défendre notre droit à l'existence.

2) Un verrou financier.

La télévision coûte cher à produire et à diffuser.

- Savez-vous que le budget annuel de TF1 dépasse allègrement le milliard d'euros?
- Savez-vous qu'une «petite chaîne» comme BFM TV fonctionne avec «seulement» cinquante millions par an?
- Seuls de riches hommes d'affaires, des banques, des conglomérats financiers, ou encore l'État, sont en mesure de financer la création d'une télévision.
- Voilà pourquoi la famille Bouygues possède TF1, le conglomérat Vivendi dirige Canal+, Vincent Bolloré s'est longtemps amusé avec Direct huit, M6 est entre les mains groupe allemand Bertelsmann et Alain Weill est le propriétaire de BFMTV.

Ces capitalistes ne voient aucun inconvénient à ce que leurs médias diffusent à jet continu une idéologie subversive et antinationale.

Quelle est la seule préoccupation de ces milliardaires? Que les agences publicitaires, toutes contrôlées par de véritables militants issus de l'extrême-gauche, continuent à enrichir leurs comptes en banque.

Vous l'avez compris, la télévision s'est transformée en une énorme machine à décérébrer les Français et à en faire les soutiens d'une société dégénérée, matérialiste à outrance, sans repères ni valeurs, les futures proies consentantes des lobbies les plus hostiles à la France que vous et nous aimons.

Il est grand temps de dire: ça suffit!

Une révolution technologique vient de faire sauter ces deux verrous

Laissez-nous vous l'expliquer en quelques mots.

Une triple révolution technologique a brisé les carcans de l'État et des puissances financières.

- ⇒ 1) Le développement des réseaux à haut débit rend possible la diffusion du signal télévisé par internet.
- ⇒ 2) Une nouvelle technologie venue des États-Unis divise par cinquante le coût de réalisation d'une chaîne de télévision.
- ⇒ 3) Dans moins de cinq ans, plus de la moitié des foyers captera les télévisions par internet grâce à une nouvelle génération de récepteurs.

Ce saut évolutif de la télévision doit enfin profiter aux Français comme vous et nous qui sommes privés du droit à la parole.

Notre Antenne, un projet en cours de lancement

Notre Antenne est un projet collectif qui réunit toutes les grandes familles issues de la tradition française et qui à ce jour sont privées de tout accès à un média audiovisuel.

((Ce projet n'est pas un rêve ou une chimère.

Il est en route et a besoin de vous pour prendre son élan.

Permettez-nous de vous faire un bref état des lieux.

- 1) Un équipement dernier cri a été acheté et mis en service.
- 2) Une première équipe de professionnels a été réunie.
- 3) Des parrains prestigieux soutiennent notre projet.
- 4) Une grille des programmes est en cours d'élaboration.

Notre Antenne a besoin de vous pour décoller

((Nous entrons maintenant dans une étape cruciale pour laquelle nous avons besoin de l'engagement immédiat de Français comme vous.

Nous devons réunir une réserve d'un million et demi d'euros pour permettre le démarrage des émissions en direct et la trésorerie des premiers mois de fonctionnement de Notre Antenne.

Pourquoi cette somme ?

Selon l'expérience d'autres médias comparables, nous atteindrons en huit à douze mois de fonctionnement la masse critique de téléspectateurs rendant possible le financement de la chaîne.

Or, vous le comprendrez aisément, nous ne pouvons pas engager des professionnels compétents sans leur garantir au moins un an de fonctionnement en totale autonomie.

C'est ici que vous pouvez faire la différence.

Arrêtez la spoliation. Faites payer les «autres»

Depuis des années et des années, les impôts, charges et taxes que vous payez sont mal employés, par exemple la très généreuse aide médicale d'État aux clandestins venus se faire soigner à nos frais.

Et si, pour une fois, c'était le contraire?

((Vous le savez, la réduction fiscale accordée aux dons destinés à la création audiovisuelle est de 66 % du montant.

Prenons un exemple. Vous payez actuellement plus de dix euros par mois au titre de la contribution à l'audiovisuel public.

Si vous acceptez de verser trente euros par mois à Notre Antenne, les «autres», par l'intermédiaire de la réduction fiscale, seront contraints de vous rembourser vingt euros. N'est-ce pas une belle satisfaction?

Vos avantages de donateur

Les donateurs bénéficient de prestations particulières à la mesure du rôle qu'ils acceptent de jouer dans le lancement de Notre Antenne:

- Recevoir le diplôme de membre donateur
- Recevoir gratuitement le journal des programmes

Si vous acceptez une mensualisation de votre don, vous deviendrez un donateur privilégié avec des avantages supplémentaires :

- Parrainer l'émission de votre choix
- Participation prioritaire aux débats diffusés en direct
- Être invité aux rencontres exclusives avec les animateurs

En apportant maintenant votre soutien à Notre Antenne vous avez la possibilité d'accélérer la mise en route d'une télévision qui va vraiment changer la donne.

Vous faites partie des Français qui ont mal à leur pays.

Je sais que vous souhaitez à votre tour agir pour la France.

Rejoignez-nous! Nous comptons sur vous.

Gérard Marin

Gérard Marin

Rédacteur en chef au *Figaro*, Gérard Marin présente de 1993 à 2007 l'émission le Libre-Journal des médias sur Radio Courtoisie avant d'animer depuis 2008 un des libres journaux de la résistance française.

((N.B.1 Soyez parmi les membres donateurs en nous adressant votre engagement de soutien aujourd'hui même. Yann Pinault, notre responsable donateurs, est à votre disposition au 06 61 02 99 23 pour répondre à toutes vos questions et demandes de renseignements.

⇒ N.B.2 La législation actuelle vous garantit une remise fiscale de 66 % dans la limite de 20 % de votre revenu imposable.

Des personnalités de toutes les sensibilités attachées à la France apportent leur parrainage à Notre Antenne



Yvan Blot
Politologue



François Bluche
Historien



Thierry Bouzard
Musicologue



Anne Brassié
Ecrivain



Renaud Camus
Ecrivain



Pierre Cassen
Riposte laïque



Philippe Conrad
Historien



Paul-Marie Couteaux
Ecrivain



Olivier Dazat
Scénariste de cinéma



Henry de Lesquen
Radio Courtoisie



Guillaume de Thieulloy
Les Quatre Vérités



Pierre Descaves
France Résistance



Gérard Dussoy
Universitaire



Pascal Gauchon
Universitaire et éditeur



Roger Holeindre
Journaliste



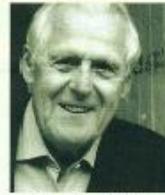
Jean-Yves Le Gallou
Poétima



Bernard Lugan
Historien



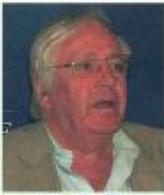
Christian Marquant
Paix liturgique



Christian Milliau
Journaliste



J.-F. Mongibeaux
Journaliste



Jean Picollec
Editeur



Jean Raspail
Ecrivain



Marc Rousset
Economiste



Rémi Soulié
Journaliste



J.-P. Turbergue
Editeur

3.1.1. La construction des identités Autres	115
3.1.2. Affirmer une identité par le rire	124
3.2. L'administration de la preuve du mensonge dans les « bobards »	131
3.3. De la critique des « bobards » à la critique du « système médiatique »	138
3.3.1. Circulation et reprise des énoncés mensongers	140
3.3.2. Faire état de la compromission idéologique des journalistes	142
Chapitre 4. Le journalisme et la réinformation. La défense d'un territoire	
professionnel menacé	145
4.1. Le journalisme, un territoire professionnel aux frontières poreuses	147
4.2. Des frontières menacées à l'ère du numérique	150
4.3. Un corpus de presse pour observer le <i>boundary-work</i>	155
4.4. Le journaliste et la réinformation : qualification et disqualification	157
4.4.1. « Réinformation », une qualification mise à distance	157
4.4.2. La réinformation à l'épreuve des fact-checkeurs	159
4.5. Valeurs professionnelles et maintien de la frontière	164
4.5.1. Enjeux définitionnels : qualification et disqualification	164
4.5.1.1 Des définitions souvent normatives	164
4.5.1.2 Des acteurs militants	167
4.5.2. Une déontologie affirmée en creux : les manquements éthiques des médiactivistes	
.....	171
4.5.2.1. Rigueur et vérification	171
4.5.2.2. La responsabilité éditoriale	173
4.6. Des marges vers le centre, quel <i>intermedia agenda setting</i> ?	175
Partie 2. La réinformation comme aire d'activité	187
Chapitre 5. L'économie de la production de contre-discours : un monde	
d'amateurs ?	191
5.1. Principes généraux de l'économie des médias	194
5.1.1. Les médias, une économie de prototype	194
5.1.2. Les revenus médiatiques à l'heure du numérique	197
5.1.2.1. Les revenus éditoriaux	197
5.1.2.2. Les revenus publicitaires	199
5.1.2.3. Souscriptions et financement participatif, des recettes complémentaires pour	
les médias	200
5.1.3. Le pluralisme : un enjeu économique et politique	201
5.1.3.1. Concentration et pluralisme	201
5.1.3.2. L'État et les médias en France : encourager le pluralisme par différents	
dispositifs	202
5.1.3.2.1. Les aides à la presse	202

5.1.3.2.2. Le service public audiovisuel	204
5.2. Le regard des acteurs de la réinformation sur les modes de financement des médias <i>mainstream</i>	205
5.2.1. La publicité, jugée outil d'influence et de déstabilisation des valeurs traditionnelles	205
5.2.2. Les médias, outils d'influence des grands groupes industriels	207
5.2.3. L'État et le pluralisme, un objectif dévoyé	210
5.2.3.1. Le service public	210
5.2.3.2. Les aides à la presse.....	213
5.3. Traduire économiquement l'engagement	216
5.3.1. Ressources nécessaires et structure des coûts	216
5.3.1.1. Ressources matérielles	217
5.3.1.2. Les ressources humaines	220
5.3.1.2.1. Les médiactivistes.....	220
5.3.1.2.2. Le personnel de renfort	223
5.3.2. Le financement des médias de réinformation	226
5.3.2.1. Autofinancement.....	227
5.3.2.2. Le financement par le don	229
5.3.2.2.1. Usages de l'appel au financement	229
5.3.2.2.1.1 Permettre la création de contre-médias.....	229
5.3.2.2.1.2. Une source structurelle de financement	232
5.3.2.2.2. Financement par le don et forme associative	234
5.3.2.2.3. La théâtralisation du don	236
Étude de cas n°1 : Breizh Info, rempart contre les « Wokes et les déconstructeurs ».....	238
Étude de cas n°2 : TV Libertés, une « information libre et indépendante » contre le système	240
Étude de cas n°3 : Le Salon Beige, défendre des valeurs confessionnelles à travers le don.....	242
5.3.2.3. Les contre-médias et le marché : oppositions et intégrations	244
5.3.2.3.1. La publicité, entre refus et pratique.....	244
5.3.2.3.2. Les revenus éditoriaux	246
5.3.2.3.3. Les revenus commerciaux	248
5.3.2.4. L'État et le financement des médias de réinformation	251
Chapitre 6. Participation et <i>gatekeeping</i> dans le monde de la réinformation.....	257
6.1. Les médias contestataires, une information sans journalistes ?	257
6.1.1. Verticalité et horizontalité chez les médias contestataires progressistes	257
6.1.2. Médias alternatifs en ligne et pratiques participatives	260
6.2. Les médias d'information <i>mainstream</i> , entre élan participatif et <i>gatekeeping</i>	266

6.2.1. Une forme dominante de participation : l'internaute comme commentateur des productions journalistiques	268
6.2.2. L'internaute comme informateur	269
6.2.3. L'internaute-blogueur et les médias conventionnels : la figure du lecteur-éditeur	271
6.2.4. Une participation minoritaire	272
6.3. La participation des internautes au monde de la réinformation	274
6.3.1. Entrer en contact avec les médiactivistes	274
6.3.2. Participer aux médias de réinformation	281
6.3.2.1. Soumettre une idée ou un sujet aux médiactivistes : l'internaute-informateur	281
6.3.2.2. Proposer un article : l'internaute-contributeur	288
6.3.2.2.1. Une publication intermédiée	288
6.3.2.2.2. Des contributions intégrées à l'espace éditorial	292
6.3.2.3. Commenter les articles, l'internaute-interprète	294
6.3.2.3.1. Commentaires et modération dans le monde de la réinformation	296
6.3.2.3.2. La valorisation des commentaires par les contre-médias	300

Partie 3. Le monde de la réinformation au microscope 309

Chapitre 7. Les carrières médiactivistes 311

7.1. Les carrières médiactivistes, un objet à la rencontre de la sociologie du journalisme et de la sociologie du militantisme	313
7.1.1. Les carrières dans les mondes de l'information	313
7.1.2. Les « carrières militantes », une notion issue de la science politique française.....	315
7.2. Un monde ouvert ?	319
7.2.1. Socialisation politique et cristallisation de l'engagement	320
7.2.1.1. De l'extrême droite partisane aux « actions d'influence », l'engagement d'Alain.....	320
7.2.1.2. Hermione : « mon engagement, ça sera dans les médias »	323
7.2.1.3. Socialisation à gauche et entrée sur le territoire de la réinformation	326
7.2.2. Réseaux de relations et « carnet de contacts »	330
7.2.3. L'acquisition des compétences médiactivistes : une formation « sur le tas »	334
7.3. Se maintenir en médiactivisme : multipositionnalité et rétributions	337
7.3.1. La multiplication des collaborations, entre sur-activisme et logiques économiques	337
7.3.2. Les rétributions du militantisme	339
7.3.2.1. Les rétributions matérielles : « vivre par et pour le médiactivisme »	341
7.3.2.2. La réinformation, un territoire affinitaire	343
7.3.2.3. Médiactivisme et responsabilités hiérarchiques	345
7.4. Les logiques du désengagement.....	349

7.4.1. Se professionnaliser à l'extérieur du monde tout en conservant le lien : Sylvain et <i>TV Libertés</i>	350
7.4.2. Maintenir « un truc qui vivote », Romain et <i>Le Rouge et le Noir</i>	353

Chapitre 8. Le contre-discours de réinformation, entre subordination au *mainstream* et distinction 359

8.1. Le Journal : un dispositif inspiré des conventions <i>mainstream</i>	362
8.2. Quatre semaines d'actualité sur <i>TV Libertés</i>	364
8.3. Voix médiactivistes et voix rapportées	368
8.4. Éléments d'analyse du discours médiactiviste	371
8.4.1. Des images monstratives ?	372
8.4.1.1. Une mise en images sous contrainte	372
8.4.1.2. Emploi de caricatures et rupture du caractère monstratif	374
8.4.1.2.1. Les « vignettes » des Journaux	374
8.4.1.2.2. Le recours à la caricature dans les unités d'information	378
8.4.2. Ironie et dérision dans les commentaires de l'actualité	379
8.5. Études de cas	381
8.5.1. La crise du Covid, enjeux sanitaires et enjeux politiques	381
8.5.1.1. Populisme et emploi du « symbole Raoult »	383
8.5.1.2. Un contexte propre à la polémique	385
8.5.2. « Comme toujours en matière bioéthique, l'exception risque de devenir la règle » : famille et bioéthique dans les contre-discours	392
8.5.3. Tendre le micro à l'extrême droite : les sujets communautaires	399

***Conclusion* 409**

Retour sur les hypothèses	410
Un espace de sociabilité	412
Mobilisation des ressources et professionnalisation de la production de contre-discours	414
Une notion à discuter : les « contre-médias »	415
Pistes de recherche	416

***Bibliographie*..... 419**

***Sources*..... 439**

***Table des figures* 441**

***Table des tableaux*..... 443**

***Table des annexes* 445**

***Table des matières*..... 497**

Résumé :

Depuis plus de dix ans maintenant se multiplient en ligne des sites et blogs brocardant les médias mainstream suspectés d'être menteurs et dissimulateurs et proposant une lecture alternative de l'actualité caractérisée par des positions ultra-conservatrices. En France, c'est sous le nom de « réinformation » que se développe cette forme singulière de médiactivisme. Ce travail propose d'étudier les mobilisations informationnelles issues de l'extrême droite française, en les appréhendant comme un monde social (Strauss, 1978). Cette approche motive l'adoption d'un dispositif d'enquête mixte, recourant à des méthodes quantitatives et qualitatives. Des entretiens conduits avec les médiactivistes permettent notamment d'éclairer les conditions de production des contre-discours sur l'actualité proposés par les acteurs de la réinformation. Conformément aux préconisations de Kristoffer Holt (2019), le plan de cette thèse articule trois niveaux d'analyse : micro, méso et macro.

Descripteurs :

Réinformation ; médiactivisme ; extrême droite ; journalisme ; mondes sociaux ; méthodes mixtes de recherche

Title and Abstract:

Re-information : a social world at the edge of journalism

Throughout the last decade, online spaces have been used by far-right actors in order to criticise the mainstream media and to offer an alternative reading of the news, characterized by ultra-conservative positions. In France, that form of media-activism has developed under the name "re-information". In this thesis, the informational mobilizations of the far-right are studied through the lenses of social interactionism and the notion of social worlds (Strauss, 1978). This approach motivates the adoption of mixed-methods. Interviews conducted with media-activists shed light upon the conditions of production of counter-discourses about the news.

Following Kristoffer Holt's advice (2019), this dissertation is structured around three levels of analysis: micro, meso and macro.

Keywords:

Re-information ; media-activism ; far-right; journalism; social worlds; mixed methods