

# « Googlization » et qualité de l'information<sup>1</sup>

Patrick-Yves Badillo, Professeur Agrégé des Universités, Fondateur de Medi@Lab Genève

Dominique Bourgeois, Professeure émérite, Université de Fribourg

Genève, 15 mai 2022

Document provisoire. Citer ce texte ainsi : Badillo, P.-Y., et Bourgeois, D. (2022). « Googlization » et qualité de l'information. Document en cours de publication, téléchargé depuis <https://www.patrickbadillo.com/>

---

Le texte ci-après analyse l'impact de la « Googlization » des médias sur la qualité de l'information. Le lecteur pourra se référer notamment au texte en ligne présentant la « Googlization » des médias (Badillo & Bourgeois, 2022) pour une description plus précise du processus de Googlization. Ce texte prolonge des réflexions menées par les auteurs (notamment Badillo, 2008a et 2008b ; Badillo et Bourgeois, 2021, 2020, 2017a, 2017b, 2016 et 2015 ; Badillo, Bourgeois, Lesourd et Schilizzi, 2008 et 2010).

Dans le présent texte nous explicitons d'abord les « désordres de l'information ». Puis nous présentons une brève revue de la littérature sur la qualité de l'information. Enfin, nous étudierons les liens entre la « Googlization » des médias et la qualité de l'information.

## Les « désordres de l'information »

Aujourd'hui une profusion d'information circule sur tous les sujets, alimentée notamment par les chaînes d'information en continu et les réseaux sociaux. Or, le mensonge, la rumeur et les infox (*fake news*) abondent. Plus précisément, prolifèrent diverses formes de « *dis-information* », « *mis-information* » et « *mal-information* », correspondant aux trois types de « désordre de l'information » distingués par Wardle et Derakhshan (2017) : le terme « *dis-information* » décrit « des informations qui sont fausses et délibérément créées pour nuire à une personne, un groupe social, une organisation ou un pays » ; le terme « *mis-information* » est utilisé pour « des informations qui sont fausses, mais non créées avec l'intention de causer du tort » ; et le terme « *mal-information* » définit « des informations qui sont fondées sur la réalité, utilisées pour infliger un préjudice à une personne, une organisation ou un pays » (Wardle et Derakhshan, 2017, p. 20). Un manuel pour l'enseignement et la formation en matière de journalisme publié par l'UNESCO (Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture) reprend les termes de Wardle et Derakhshan avec les traductions suivantes en français : « désinformation », « mésinformation » et « information malveillante » (Ireton et Posetti, 2019, p. 54-55).

Introne *et alii* (2018) vont encore plus loin en étudiant ce qu'ils appellent les « pseudo-connaissances » (notre traduction du terme « *pseudoknowledge* ») :

*« nous nous référons à de faux récits qui ont commencé à prendre le statut d'une réalité plausible au sein d'une communauté en tant que pseudo-connaissances (PK). Les PK sont acceptées par la communauté comme étant au moins aussi plausibles que les connaissances conventionnelles, mais [...] elles reposent en partie sur des stratégies*

---

<sup>1</sup> Ce texte est un document qui servira de base pour un ouvrage qui sera publié par ses auteurs. Il est mis à disposition des internautes. Il est aussi utile pour les étudiants qui suivent le MOOC « Innovation, médias et transformation digitale » (séquence 3, leçon 3 *Au cœur de la transformation digitale : « Googlization » et écologie des médias*, module 5 *Transformation digitale et « Googlization » des médias*. Pour toute diffusion : nous vous remercions de citer ce texte comme indiqué ci-dessus.

*épistémiques non conventionnelles qui comprennent l'extrapolation à partir de sources de preuves non conventionnelles (par exemple, des images d'un film de fiction ou d'autres sources de PK), le rejet de recherches rigoureuses [...], et l'utilisation injustifiée de connaissances conventionnelles (par exemple, faire référence aux théories sur la téléportation quantique comme preuves des "portes des étoiles")* » (Introne et al., 2018, pp. 1-2, notre traduction).

Non seulement divers « désordres de l'information » et « pseudo-connaissances » existent, mais ils se développent avec l'essor de la communication à l'échelle mondiale. Une recherche du MIT (Massachusetts Institute of Technology) montre en effet les principaux enjeux de la diffusion de l'information :

*« Le mensonge s'est diffusé beaucoup plus loin, plus vite, plus profondément et plus largement que la vérité dans toutes les catégories d'information (...) Il a fallu à la vérité environ six fois plus de temps qu'au mensonge pour atteindre 1500 personnes »* (Vosoughi et al., 2018, pp. 1146 et 1148, notre traduction).

Et l'avenir paraît bien incertain : suite à une enquête effectuée en 2017 auprès de nombreux experts (spécialistes en technologies, universitaires, praticiens, spécialistes en stratégie, etc.), un rapport du Pew Research Center (Anderson & Rainie, 2017), indique que 51 % des 1116 experts interrogés ont donné une réponse pessimiste à la question suivante :

*« Au cours des 10 prochaines années, des méthodes fiables émergeront-elles pour bloquer les faux récits et permettre aux informations les plus exactes de prévaloir dans l'écosystème global de l'information ? Ou bien la qualité et la véracité de l'information en ligne vont-elles se détériorer en raison de la propagation d'idées peu fiables, parfois même dangereuses, socialement déstabilisantes ? »* (Anderson & Rainie, 2017, p. 3, notre traduction)<sup>2</sup>.

### **Une brève revue de la littérature académique sur la qualité de l'information**

La problématique de la qualité de l'information n'est, certes, pas nouvelle. Dans la littérature académique elle a été abordée notamment dans les travaux sur l'éthique et la déontologie journalistique ainsi que dans les théories sur les effets des médias. Par ailleurs, Noam Chomsky a depuis longtemps souligné les problèmes de fabrication de l'information (voir Chomsky et Herman, 2003), ses travaux prenant en compte en premier lieu des intérêts économiques et politiques. Dans une perspective normative, et du point de vue théorique, la qualité de l'information journalistique fait souvent référence, principalement dans des travaux anglo-saxons, aux fonctions des médias dans les sociétés démocratiques actuelles (McQuail, 1992). Les recherches empiriques déterminent ensuite des critères opérationnels. Par exemple, en partant des trois fonctions des médias, soit les fonctions d'intégration, de surveillance et de mise en relation, l'étude d'Eisenegger et al. (2018) considère quatre dimensions définissant la qualité des contenus médiatiques : la pertinence, la diversité, le professionnalisme et la contextualisation. À partir d'un bilan de la littérature sur le sujet, Urban et Schweiger (2014) présentent six dimensions de la qualité : la diversité, la pertinence, l'exactitude (*accuracy*), le caractère compréhensible, l'impartialité et le respect des normes éthiques. Dans une approche différente, nous avons fait de premières propositions pour mesurer la qualité perçue de

---

<sup>2</sup> Plus précisément, ayant le choix entre les deux réponses suivantes, les experts avaient choisi à 51% la seconde réponse :

- L'environnement de l'information **s'améliorera** – Au cours des 10 prochaines années, dans l'ensemble, l'environnement de l'information sera AMÉLIORÉ par des changements qui réduiront la propagation de mensonges et autres informations erronées [*misinformation*] en ligne.
- L'environnement de l'information **ne s'améliorera PAS** – Au cours des 10 prochaines années, dans l'ensemble, l'environnement de l'information NE SERA PAS amélioré par des changements visant à réduire la propagation de mensonges et d'autres informations erronées [*misinformation*] en ligne.

l'information en mettant en évidence empiriquement quatre familles de critères qui se sont avérés correspondre très étroitement aux critères constituant l'agir communicationnel d'Habermas (1984, 1987), c'est-à-dire l'intelligibilité, la vérité, la sincérité ou véracité, et la justesse ou le caractère approprié (Badillo et al., 2010). Nous avons approfondi récemment la question de la mesure opérationnelle de la qualité de l'information en examinant des contenus médiatiques s'inscrivant dans le contexte d'une polémique (voir Badillo et Bourgeois, 2021).

Dans une perspective plus large, une approche en termes d'écologie des médias contribue à la réflexion sur la qualité de l'information. Ainsi Postman (2000) définit quatre questions qui sont, selon lui, essentielles pour comprendre les médias :

*« Dans quelle mesure un médium contribue-t-il aux usages et au développement de la pensée rationnelle ? [...] au développement de processus démocratiques ? [...] Dans quelle mesure de nouveaux médias donnent-ils un plus grand accès à de l'information signifiante ? [...] accroissent-ils ou diminuent-ils notre sens moral, notre capacité à faire le bien ? »* (Postman, 2000, p. 13-15, notre traduction).

Pour la troisième question, Postman précise aussi que « la question de savoir ce qui est une information signifiante ou utile n'a pas été beaucoup discutée » (Postman, 2000, p. 14, traduction). Dans le contexte actuel, il faut s'interroger sur ce que nous pouvons appeler des « pollutions informationnelles » et nous renvoyons à des travaux précédents sur l'écologie des médias (voir Badillo, 2008a, et plus particulièrement 2008b et 2008c).

### **La « Googlization » des médias et la qualité de l'information**

Notre objectif ici est de montrer le lien entre l'émergence de nouveaux processus de production d'informations et la qualité de l'information. (Badillo et Bourgeois, 2020)

Le début d'Internet a été caractérisé par l'idée d'une libre production d'informations et d'un libre accès à l'information pour tous, partout... Cependant, cette libre production et ce libre accès ont, d'une part, laissé un champ largement ouvert aux « désordres de l'information » sur les contenus en ligne, en particulier les contenus des médias sociaux, et, d'autre part, menacé la santé économique des médias traditionnels, en particulier des journaux d'information générale.

Nous avons introduit (Badillo & Bourgeois, 2015) le terme de « googlization » pour avoir une nouvelle compréhension de la mutation des médias corrélée à l'influence des plateformes. Le terme « googlization » met l'accent sur l'importance des plateformes en ligne et le nouveau processus de management numérique lié à ces plateformes. Ce processus de « Googlization » est en cours dans la presse écrite et plus généralement dans tous les médias d'information générale, et ce processus pose bien des questions quant à la dynamique susceptible d'affecter la qualité de l'information.

Dans le nouveau modèle économique et managérial des médias la recherche de trafic et de données en ligne devient le but vital de toute entreprise de média. Cependant, cette recherche ne pousse pas à un contenu de qualité. Dans le modèle de « googlization » des médias, la logique éditoriale s'estompe au profit d'un contrôle des données et du trafic. Il est raisonnable de supposer que la « googlization » des médias correspondant à l'extension de ce modèle peut conduire à de nouveaux contenus en ligne, dont certains peuvent être attrayants en termes d'audience, mais avec un coût limité et une faible recherche de qualité de l'information. La « googlization » des médias, qui s'appuie sur le trafic en ligne et le traitement des données des usagers, risque donc de contribuer à affaiblir le journalisme de qualité et à limiter la créativité (Badillo & Bourgeois, 2020).

Pour autant, les plateformes ne vont-elles pas se lancer elles-mêmes dans la production de contenus journalistiques ? Bell, Owen et al. (2017, p. 10) soulignent : « Les plateformes s'appuient sur des algorithmes pour trier et cibler le contenu. Elles n'ont pas voulu investir dans les aspects éditoriaux

humains, à la fois pour des raisons de coût et pour éviter de donner l'impression de biais humains. Toutefois, les nuances du journalisme exigent un jugement éditorial, de sorte que les plateformes auront besoin de reconsidérer leur approche » (notre traduction). Pour notre part, nous ne sommes pas sûrs du tout que les plateformes reconsidéreront leur approche ! La « googlization » des médias peut s'appuyer sur un développement de l'intelligence artificielle, avec des contenus sélectionnés, voire créés, au moins partiellement, par des robots, mais un investissement dans un journalisme de qualité est à la fois coûteux en termes économiques et difficile du point de vue managérial. En outre, la production d'une information de qualité doit s'inscrire dans le respect de la liberté de la presse. Certes, des contenus sont créés par des plateformes, tels les films ou séries sur des chaînes de télévision en streaming (par exemple, les chaînes créées par Amazon), mais il s'agit d'abord de divertissement. L'information générale repose toujours, aujourd'hui, principalement sur la presse et les chaînes de télévision traditionnelles généralistes ou les chaînes d'information continue. Et le modèle de Googlization des médias s'applique à tous ces acteurs.

## Références

- Anderson, J., & Rainie, L. (2017). *The future of truth and misinformation online*. Washington, DC: Pew Research Center and Internet, Science & Tech. <https://www.pewresearch.org/internet/2017/10/19/the-future-of-truth-and-misinformation-online/> (consulté le 6 mai 2022)
- Badillo, P.-Y. (Ed.) (2008a). *Écologie des médias*. Bruxelles : Éditions Bruylant.
- Badillo, P.-Y. (2008b). L'écologie des médias ou l'impérieuse nécessité de développer la recherche sur les médias. In P.-Y. Badillo (Ed.), *Écologie des médias* (pp. 1-27, Introduction). Bruxelles : Éditions Bruylant.
- Badillo, P.-Y. (2008c). Pour l'écologie des médias. Introduction du concept de capital informationnel. In P.-Y. Badillo (Ed.), *Écologie des médias* (pp. 49-69, Chapitre 2). Bruxelles : Éditions Bruylant.
- Badillo, P.-Y., & Bourgeois, D. (2022). La « Googlization » des médias. Document en cours de publication, téléchargé depuis <https://www.patrickbadillo.com/>
- Badillo, P.-Y., Puglisi, L., & Bourgeois, D. (2021). Publicisation et qualité de l'information : la polémique sur la chloroquine. *Communiquer* [En ligne], 32, mis en ligne le 24 septembre 2021. <http://journals.openedition.org/communiquer/8198> ; <https://doi.org/10.4000/communiquer.8198>
- Badillo, P.-Y., & Bourgeois, D. (2020). Innovation and media: “googlization” and “limited” creativity. Chapitre 14 in I. Kirya, P. Kompatsiaris et Y. Mylonas (Eds.). *The Industrialization of Creativity and its Limits*. Berlin : Springer.
- Badillo, P. Y., & Bourgeois, D. (2017a). The Swiss press model. Democracy, concentration and digital diversification. *Recherches en communication*, 44, pp. 9-30. <http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/viewFile/10423/7983> (consulté le 15 mai 2022).
- Badillo P.-Y., & Bourgeois, D. (2017b). Media crisis: innovation without creativity? The case of the Swiss media. Communication to the International Conference “*The Industrialization of Creativity and its Limits: Value, Self-Expression and the Economy of Culture in Times of Crisis*”, Saint Petersburg, 23-24 juin 2017.
- Badillo, P.-Y., & Bourgeois, D. (2016). Les médias publics : concentration ou concurrence « numérique » exacerbée? Chapitre 1 in P.-Y. Badillo (Coord.), D. Bourgeois, I. Deltenre, & G. Marchand. *Médias publics et société numérique. L'heure du grand débat*. (pp. 17-69). Genève : Slatkine.
- Badillo, P.-Y., & Bourgeois, D. (2015). Media “googlization”. The case of the Swiss media model and the press. *International Media Management Academic Association (IMMAA) International Conference*, Moscou, 17-18 septembre 2015.
- Badillo, P.-Y., Bourgeois, D., Lesourd, J.-B., & Schilizzi, S. (2010). Quality Attributes for Press Articles and Habermas' Theory of Communicative Action. *Studies in Communication Sciences*, 10(2), pp. 79-94.

- Badillo, P.-Y., Bourgeois, D., Lesourd, J.-B. et Schilizzi S. (2008). Les médias : de l'éthique aux critères de qualité de l'information. Réflexion à partir de l'agir communicationnel d'Habermas. Chapitre 49 in N. Sonnac et X. Greffe (Dir.). *Culture Web – création, contenus, économie numérique*. Paris : Dalloz.
- Bell, E. J., Owen, T., with Brown, P. D., Hauka, C., & Rashidian, N. (2017). *The platform press: How Silicon Valley reengineered journalism*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School, Columbia University. <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8R216ZZ> (consulté le 5 mai 2022).
- Chomsky, N., & Herman, S. E. (2003). *La Fabrique de l'Opinion publique — La Politique économique des médias américains* (Ducornet, G., trad.). Paris : Serpent à plumes.
- Eisenegger, M. (2019). Principaux constats. Qualité des médias Schweiz Suisse Svizzera. Annales 2019. Zurich : Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft.
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action*, Volume 1 (T. McCarthy, trad.), Boston, MA : Beacon Press.
- Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action*, Volume 2 (T. McCarthy, trad.). Boston, MA : Beacon Press.
- Introne, J., Yildirim, I. G., Landoli, L., DeCook, J., & Elzeini, S. (2018). How People Weave Online Information Into Pseudoknowledge. *Social Media + Society*, July-September 2018, pp. 1–15. <https://doi.org/10.1177/2056305118785639> (consulté le 25 avril 2022)
- Ireton, C. & Posetti, J. (2019). *Journalisme, fake news & désinformation: manuel pour l'enseignement et la formation en matière de journalisme*. Paris : UNESCO et Lausanne : Fondation Hirondelle.
- McQuail, D. (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London : Sage publications.
- Postman, N. (2000). *The Humanism of Media Ecology*. Keynote Address Delivered at the Inaugural Media Ecology Association Convention, Fordham University, New York, June 16-17, 2000. Reproduced in *Proceedings of the Media Ecology Association*, Volume 1, 2000, pp. 10-16. <https://www.media-ecology.org/resources/Documents/Proceedings/v1/v1-02-Postman.pdf> (consulté le 10 mai 2022).
- Urban, J., et Schweiger, W. (2014). News Quality from the Recipients' Perspective. *Journalism Studies*, 15(6), pp. 821-840. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.856670> (consulté le 4 mai 2022)
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 2018, March 9, 359(6380), pp. 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559> (consulté le 20 avril 2022).
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe report DGI(2017)09, Strasbourg, Council of Europe. En ligne : <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> (consulté le 4 avril 2022).