

# Plateformisation de la circulation de l'information internationale

## Introduction

**ALAN OUAKRAT**

*Irméccen*  
*Université Sorbonne Nouvelle*  
alan.ouakrat@sorbonne-nouvelle.fr  
0000-0002-6558-6239

**CHRIS PATERSON**

*University of Leeds*  
C.Paterson@leeds.ac.uk

**FRANCK REBILLARD**

*Irméccen*  
*Université Sorbonne Nouvelle*  
franck.rebillard@sorbonne-nouvelle.fr

**JASMIN SURM**

*University of Leeds*  
J.Surm@leeds.ac.uk

**CAMILA MOREIRA-CESAR**

*Irméccen*  
*Université Sorbonne Nouvelle*  
camila.moreira-cesar@sorbonne-nouvelle.fr  
0000-0002-4899-8282



ans ce dossier, nous espérons approfondir et élargir les réflexions sur les flux d'information internationale et la façon dont les plateformes numériques privées – avec leur influence grandissante sur tous les aspects de la vie sociale – facilitent ou réduisent la diversité de l'actualité internationale. Ces sujets, malgré leurs liens évidents, sont rarement considérés ensemble. Pourtant notre monde est médié à travers un environnement informationnel de plus en plus complexe où les algorithmes des plateformes sont centraux dans la visibilité de l'actualité (internationale) pour le grand public (Bucher, 2018). Le présent dossier s'inscrit dans une certaine continuité avec celui publié, il y a près d'une décennie, au sein de cette même revue. Le dossier Sources et flux des nouvelles (2012), sans être exclusivement focalisé sur la circulation de l'information en ligne, pointait néanmoins déjà le rôle croissant joué par les différents intermédiaires numériques. Il est frappant de constater aujourd'hui que ces intermédiaires étaient envisagés autant comme des individus que comme des organisations (firmes). Certes les agrégateurs de nouvelles étaient déjà bien en place, à l'image de Google News lancé dès le début des années 2000, mais plusieurs travaux et réflexions s'intéressaient aussi au rôle des blogueurs non seulement en tant que relais des nouvelles mais aussi en tant que producteurs d'informations. Dans le même esprit, les réseaux sociaux numériques étaient pensés comme des outils au service de leurs utilisateurs pour y disséminer des informations, autant

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Alan Ouakrat, Chris Paterson, Franck Rebillard, Jasmin Surm, Camila Moreira-Cesar, « Plateformisation de la circulation de l'information internationale », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 12, n°1 - 2023, 15 juin - june 15 - 15 de juno.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v12.n1.2023.531>



que comme des vecteurs de diffusion des nouvelles produites par les entreprises de médias.

On peut avoir le sentiment que, depuis, ce sont les entreprises de médias qui se sont progressivement mises au service des réseaux sociaux numériques, reléguant les internautes au rang de simples consommateurs d'informations. Un tel mouvement pour les réseaux sociaux numériques prolonge ainsi celui initié avec les moteurs de recherche auparavant et soutient l'hypothèse d'une media capture beaucoup plus infrastructurelle (Nechushtai, 2018). Avec le temps, la relation entre producteurs d'information et intermédiaires numériques est de plus en plus intégrée sous la forme d'une plateformes (Smyrniotis, Rebillard, 2019), où les premiers deviennent les fournisseurs de contenu (complementors) des seconds (platforms). Ces plateformes numériques sont détenues par des firmes transnationales dont la taille et la concentration se sont renforcées (Alphabet regroupant Google et YouTube, Meta comprenant Facebook, Instagram et WhatsApp). Et leurs enjeux géopolitiques pour la circulation de l'information à l'échelle mondiale se renouvellent à mesure que des concurrents étendent leur zone d'influence (en premier lieu via TikTok et la société chinoise ByteDance).

Des décennies de recherches en communication sur les inégalités et les déséquilibres liés aux flux d'actualité internationale ont démontré une asymétrie entre les pays du Nord et ceux du Sud – avec un fort accent sur les agences d'informations internationales et les réseaux de médias mondiaux (Mattelart, 2014 ; Schiller, 1976). Cependant, ces études nécessitent d'être actualisées pour prendre en compte le contexte numérique, dans la mesure où le journalisme et les médias ont été transformés avec l'avènement de plateformes oligopolistiques. Longtemps au centre des recherches sur les flux d'actualité, les agences de presse servent de « news intermediary organizations » (Rantanen et Kelly, 2020 : 1897) et jouent un rôle décisif dans la communication et les affaires du monde (Rantanen, 2021 ; Surm, 2020). En tant que gatekeepers, elles influencent et déterminent l'agenda médiatique international (Thussu, 2000 : 130 ; Jukes, 2022 : 5) et fournissent des informations sur les événements distants que les entreprises de médias ne peuvent pas traiter elles-mêmes, compte tenu des coûts élevés de la couverture de l'actualité internationale (Jukes, 2022 : 2 ; Lopez del Castillo Wilderbeek, 2023 : 919). La position que les agences occupaient jadis à la manière d'agents de l'impérialisme n'a pas entièrement disparu, avec Xinhua souvent vue comme conduisant les efforts de la Chine pour influencer les médias à un niveau international (Madrid-Morales, 2021). Malgré leur importance en tant qu'acteurs internationaux dans l'environnement informationnel mondial (Sanchez Marin, 2017 : 158), les agences de presse, et plus particulière-

ment leurs pratiques (Paterson, 2012 : 1), continuent à faire peu l'objet de recherches, en comparaison d'autres types de médias (Rantanen, 2021 : 264). De façon similaire, depuis la dernière grande étude sur les flux d'actualité internationale il y a deux décennies (Wu, 2000), les recherches sur la circulation de l'information internationale (depuis ses origines jusqu'à ses canaux de distribution et sa géographie) sont rares (à l'exception notable de Watanabe, 2017).

Tout comme les agences d'information, les plateformes numériques sont devenues aussi pour partie des transnationales de l'information. A la différence des premières qui sont en amont de la filière, elles se trouvent en aval. Elles bénéficient ainsi d'un contact direct avec les internautes, bien souvent en lieu et place des médias d'information. Les enjeux de liberté d'expression et de pluralisme d'information, si importants pour les sociétés démocratiques, concernent donc les plateformes numériques. Et la réglementation en la matière devrait donc leur être appliquée, au même titre que les médias. Les États ont mis du temps à prendre la mesure d'une telle situation. Pour reprendre la métaphore d'un ancien membre de l'autorité de régulation française des médias (CSA - Arcom), et par ailleurs chercheur en économie des télécommunications (Curien, 2021), pendant plusieurs années on a continué à réguler les chaînes de télévision comme des poissons dans un bocal, alors que celui-ci était plongé dans un océan d'informations où baignaient les internautes. Progressivement le cadre législatif et réglementaire évolue. Il s'adapte au contexte d'une information transitant par des plateformes autant que par des médias. Toutefois un autre défi existe, qui concerne cette fois l'envergure internationale des géants de la technologie. Le cadre national n'est plus suffisant, et il faut dès lors passer à un stade supranational. En la matière l'Union européenne se révèle assez pionnière. Et son projet d'European Media Freedom Act (EMFA) constitue une nouveauté dans la mesure où les questions de liberté des médias ne sont habituellement pas traitées à l'échelle européenne. Pour autant, la mise en pratique s'avère difficile dans la mesure où il faut composer avec des pays qui (pour le dire assez caricaturalement) sont plutôt interventionnistes au Sud de l'Europe, et préfèrent plutôt la libre-régulation au Nord de l'Europe : ceci conduit ainsi à l'élaboration d'une meta-régulation dont il faudra voir la mise en œuvre (Cantoro Gamito, 2023). A cet égard, on peut d'ailleurs penser que la perspective néo-libérale pourrait continuer à dominer, tant elle a pu jusqu'à présent largement inspirer la régulation internationale du numérique, en s'appuyant notamment sur la vision libertarienne d'une auto-régulation ayant nourri les idéaux premiers de l'internet (Bietti, 2023).

La relation entre l'actualité et les utilisateurs évolue de façon dynamique, partiellement configurée par

les prises numériques (affordances) conçues par les plateformes. Depuis près de deux décennies, les téléphones mobiles connectés ont été associés à l'usage des médias sociaux pour distribuer les contenus, et notamment ceux liés à l'actualité. Cependant, si un nombre restreint de plateformes dominent les flux d'actualité, quelles sont les conséquences pour le journalisme international et plus particulièrement pour la diversité de l'information internationale ? Malgré l'abondance d'informations en ligne, leur originalité tout comme leur qualité n'est pas toujours à la hauteur, ce qui reste problématique pour le pluralisme dans l'environnement numérique (Paterson, 2007 ; Rebillard et Loicq, 2013). Abaisser les barrières à l'entrée du marché pour les producteurs d'informations ne signifie pas nécessairement une visibilité égale pour une plus grande pluralité de sources. Ceci peut aussi contribuer à une homogénéisation de l'actualité en raison de l'entremêlement de logiques de contrôle politique et économique. Si la production d'actualité est plus décentralisée et ouverte à davantage de voix, le processus de sélection reste la clé de la visibilité (et de l'accès au grand public), principalement contrôlé par les plateformes dans l'environnement numérique. Comment ce contrôle affecte-t-il le flux d'information international dans l'environnement numérique ? et contribue-t-il (ou non) à homogénéiser le sens des événements et de la vie sociale ?

Tandis que la consultation d'actualités à travers les canaux d'information traditionnels (la presse, la radio et la télévision) décroissait à l'échelle internationale durant la décennie passée, la consultation en ligne se développait, mais dans des proportions moindres (Newman et al., 2022). Ceci se traduit par une déconnexion des publics vis-à-vis de l'actualité (5% en 2022), coïncidant avec un déclin général de l'intérêt pour le journalisme. Facebook est le réseau le plus populaire pour s'informer en ligne, même si son usage a baissé de 12% depuis 2016. La consultation d'actualité sur les médias et réseaux sociaux numériques varie toutefois selon les régions du monde. Alors que l'Afrique et l'Amérique latine ont un usage plus élevé que les pays occidentaux, les plateformes utilisées diffèrent. Bien que Facebook soit utilisé par 59% des internautes en Afrique, WhatsApp (55%) et Telegram (18%) sont aussi populaires. En Amérique latine, en revanche, les principaux réseaux socionumériques ont une importance voisine, comparés à l'Asie, où l'usage des plateformes est très dépendant du pays. Au-delà de la position prééminente des GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft), comprendre la circulation de l'information internationale nécessite de considérer l'émergence d'acteurs concurrents et d'autres aires géographiques. Ainsi, le développement des BATX (Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi) et la croissance rapide et mondiale du réseau social chinois TikTok suggèrent une réorganisation des relations de pouvoir.

Alors que TikTok est toujours le plus populaire parmi les jeunes de moins de 25 ans (atteignant jusqu'à 40% et étant utilisé par 15% pour la consultation de l'actualité), son usage à travers tous les groupes d'âges a cru de façon régulière.

Dans les pays du Sud, le rôle de Google et de Facebook en tant que services web ou applications est complété par l'importance d'applications de messageries comme WhatsApp (aussi possédé par Facebook) ou Telegram. Bien qu'il ne favorise pas la production d'un journalisme original, WhatsApp est une pièce-clé de l'environnement informationnel brésilien des médias puisqu'il interagit avec les flux d'autres plateformes et des médias traditionnels (Piaia & Alves, 2020). WhatsApp et Telegram ont joué un rôle stratégique dans l'orchestration de campagnes de désinformation pendant les élections brésiliennes de 2018 et 2022, accentuant la polarisation politique dans ce pays (Chagas, 2022 ; Moreira Cesar & Santos, 2020 ; Baptista et al., 2019) et la dissémination de désinformation à travers l'Afrique (Wasserman & Madrid-Morales, 2022). Récemment, la pandémie de COVID-19 a trouvé un terrain fertile pour diffuser des théories conspirationnistes et des initiatives de « réinformation » dans l'environnement numérique. Confronté à ces problèmes, la législation brésilienne, par exemple, s'est particulièrement attelée à une « régulation sociale » d'internet, la privilégiant à une régulation économique considérée comme secondaire (Ruediger, 2022).

La coopération entre les entreprises de presse et les (très grandes) plateformes numériques comporte plusieurs facettes. Elle inclut les dispositifs de financement de l'innovation (Ouakrat, 2020 ; Papaevangelou & Smyrniotis, 2022 ; Papaevangelou, 2023), aussi bien que la collaboration avec les gouvernements et les acteurs majeurs des médias pour combattre la désinformation. Par exemple, le Meta Journalism Project dédié au fact-checking, a été piloté par l'Agence France Presse (AFP) et a impliqué plus de cinquante entreprises de médias durant les élections françaises de 2022. Ainsi, les agences de presse sont positionnées de façon privilégiée pour co-réguler l'environnement informationnel avec les plateformes et les principaux médias, aussi bien que pour exercer leur emprise sur la sélection et la vérification de l'information méritant d'être vue par les publics. Bien que non directement liée à l'actualité, mais plus généralement à des contenus générés par les utilisateurs (UGC), la modération des contenus des plateformes a lieu principalement dans les pays du Sud (comme l'a documenté par exemple Roberts, 2019). L'objectif est de réduire le coût de cette activité, sans garantie pour autant que les intérêts du Sud soient représentés. Ce type de contenus continue de bénéficier d'une modération dans les langues dominantes à travers le monde (anglais, français et espagnol/portugais par exemple) avec moins de consi-

dération pour les autres langues. Cela nécessiterait des ressources (humaines et monétaires) que les plateformes sont toujours réticentes à investir pour cette activité cruciale, bien que la qualité du service rendu aux utilisateurs en dépende. Ici également, il y a une gouvernance à deux niveaux avec une modération automatisée pour la plupart des contenus et des langues, et une modération humaine différenciée pour des pays spécifiques et les utilisateurs des pays du Nord.

Le pouvoir des plateformes a conduit à des appels à la régulation de façon à accroître leur mise en conformité, ainsi qu'à établir des lois sur la propriété intellectuelle et la vie privée (comme le RGPD dans l'Union Européenne), la concurrence et la lutte contre les monopoles, l'évasion fiscale et la désinformation. Une capacité à défaire les flux d'actualité à l'échelle continentale est devenue apparente en 2021 quand Facebook et Google ont été ciblés par la législation australienne conçue pour assurer une rétribution aux médias en lien avec les informations distribuées par les plateformes. Les plans de licenciements et les coupes budgétaires aussi bien qu'une régulation plus étroite par les autorités administratives et supranationales, comme les règlements européens tels que le DSA/DMA, poussent les plateformes vers une dynamique d'innovation plus prudente en ce qui concerne la vie privée, la publicité ciblée et la distribution d'actualités. Malgré cette nouvelle situation, les plateformes numériques majeures restent influentes. C'est la raison pour laquelle il est nécessaire de veiller à poursuivre l'analyse de leurs logiques d'expansion, de domination et de contrôle sur la distribution de l'information, en prenant également en compte la manière dont les acteurs traditionnels de l'information s'adaptent à elles. La gouvernance et la régulation des plateformes doivent être scrutées par la société civile et la communauté scientifique si l'on désire aller vers un environnement informationnel au pluralisme culturel et politique amélioré.

Le dossier réunit trois articles, dont un entretien avec Tristan Mattelart par Chris Paterson et deux textes de Raphaël Lipovici et de Darsana Vijay, à la suite de la pré-conférence ICA qui s'est tenue à Paris le 26 mai 2022 (manifestation co-organisée par les universités de la Sorbonne Nouvelle et de Leeds). L'entretien avec Tristan Mattelart prolonge de façon pertinente cette introduction avec une perspective historique et des références aux études des spécialistes de l'écono-

mie politique (critique) de la communication à propos de la circulation de l'actualité, combinée à une revue des travaux de recherche sur les plateformes. Il suggère des connexions et des continuités, plutôt que d'oublier l'héritage de ces recherches. Darsana Vijay explore ensuite comment les acteurs locaux de l'actualité, en Inde, doivent adapter la façon dont ils présentent les informations à des publics selon la logique publicitaire de Facebook. Quant à la contribution de Raphaël Lipovici, elle s'intéresse aux Gilets jaunes (mouvement social français) et aux Convois de la Liberté (au Québec) pour nous inviter à penser la redéfinition des frontières entre journalisme et activisme en lien avec les plateformes, Facebook en particulier.

Loin de clore le sujet, nous souhaiterions envisager ce travail comme une étape pour documenter et analyser ce qui est en jeu lorsque les plateformes internationales prennent part à l'environnement médiatique, affectant la circulation des nouvelles internationales et leur diversité. D'autres questions pourraient devenir des pistes pour de futures recherches : Dans quelle mesure les géants de la technologie sont-ils tenus responsables de leur impact sur les économies médiatiques et les industries culturelles ? Comment pourrions-nous imaginer une circulation libre et non faussée de l'actualité numérique qui ne serait ni orientée par le marché ni contrôlée politiquement par les gouvernements mais permettrait potentiellement d'offrir de nouvelles ressources aux citoyens ? De quelles manières le contrôle algorithmique sur la circulation de l'information influence le débat public ? Dans quelle mesure et de quelle(s) manière(s) le service YouTube contribue-t-il activement à la diversité informationnelle ? TikTok et Snapchat sont-ils davantage enclins à la diversité de l'actualité que les plateformes d'acteurs installés comme Facebook et Google ? Quelles sont les opportunités de résister ou de réduire le pouvoir des plateformes sur la circulation de l'actualité internationale ? Et comment réguler, en faveur de l'intérêt général, le pouvoir privé des géants de la technologie lorsqu'ils menacent la démocratie et la société ?

---

*Traduit par Emilie Traub*

## RÉFÉRENCES

- Baptista, A., Rossini, P., Veiga de Oliveira, V., & Stromer-Galley, J. (2019). A circulação da (des) informação política no WhatsApp e no Facebook. *Lumina*, 13(3), 29-46.
- Bietti, E. (2023). A genealogy of Digital Platform Regulation. *Georgetown Law Tech Review*, 7, 1-6.
- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Cantero Gamito, M. (2023). The European Media Freedom Act (EMFA) as meta-regulation. *Computer Law & Security Review*, 48.
- Chagas, V. (2022). WhatsApp and Digital Astroturfing: A Social Network Analysis of Brazilian Political Discussion Groups of Bolsonaro's Supporters. *International Journal of Communication*, 16, 2431-2455. Available from: <<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/17296/3770>>.
- Curien, N. (2021). The Audiovisual Industry Facing the Digital Revolution: Plunging the Predigital Fishbowl into the Digital Ocean. In: Matei S.A., Rebillard F., Rochelandet F. (eds.), *Digital and Social Media Regulation. A Comparative perspective of the US and Europe*, Palgrave Macmillan, p. 17-43.
- Eurostat. (2022). *Consumption of Online News Rises in Popularity*. [Accessed 04 April 2023]. Available from: <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-20220824-1>.
- Jukes, S. (2022). *News Agencies. Anachronism or Lifeblood of the Media System?* London and New York: Routledge.
- López del Castillo Wilderbeek, F. L. (2023). Digital Native Media and Dependence on News Agencies in Spain. *Vivat Academia*, 156, 89-106.
- Madrid-Morales, D. (2021). Who Set the Narrative? Assessing the Influence of Chinese Global Media on News Coverage of COVID-19 in 30 African Countries. *Global Media and China*, 6(2), 129-151.
- Mattelart, T. (2014), « Les enjeux de la circulation internationale de l'information », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 5. DOI: 10.4000/rfsic.1145
- Moreira Cesar, C., & Santos N. F. (2020). Quelle place pour les communicants politiques à l'ère des campagnes WhatsApp au Brésil ?, *Quaderni*, 101, 77-96.
- Nechushtai, E. (2018). Could digital platforms capture the media through infrastructure? *Journalism*, 19(8), 1043-1058.
- Newman, N.; Fletcher, R.; Robertson, C.T., Eddy, K., & Kleis Nielsen, R. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. [Accessed 04 April 2023]. Available from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>.
- Nielsen, R. K., & S. A. Ganter. (2018). "Dealing with Digital Intermediaries: A Case Study of the Relations between Publishers and Platforms." *New Media & Society* 20(4), 1600-17.
- Ouakrat, A. (2020). Négocier la dépendance ? Google, la presse et le droit voisin. *Sur le journalisme*, 9(1), 44-57
- Papaevangelou, C. (2023). Funding intermediaries: Google and Facebook's strategy to capture journalism, *Digital Journalism*. DOI: [10.1080/21670811.2022.2155206](https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2155206)
- Papaevangelou C., & Smyrniaos N. (2022, not published). Regulating dependency: the political stakes of online platforms' deals with French publishers. HAL <https://hal-univ-tlse2.archives-ouvertes.fr/halshs-03747847v2>
- Paterson, C. (2007). International news on the internet: Why more is less. *The International Journal of Communication Ethics*, 4 (1/2), 2007, 57-66.
- Paterson, C. (2012). News Agencies. In: Donsbach, W. ed. *The International Encyclopedia of Communication*. Hoboken: John Wiley & Sons, pp.1-7. [Accessed 04 April 2023]. Available from: <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecn015.pub2>.
- Pew Research Center. (2018). Publics Globally Want Unbiased News Coverage, but Are Divided on Whether Their News Media Deliver. [Accessed 04 April 2023]. Available from: <https://www.pewresearch.org/global/2018/01/11/publics-around-the-world-follow-national-and-local-news-more-closely-than-international/>.
- Piaia, V. & Alves, M. (2020). Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. 43(3), 135-154.
- Rantanen, T. & Kelly, A. (2020). Abnegation, Accommodation and Affirmation: Three Discursive Modes for the Institutional Construction of Independence among National News Agency Executives in Europe. *Journalism*. 21(12), 1896-1912.
- Rantanen, T. (2021). Toward Hybridity? Nationality, Ownership, and Governance of News Agencies in Europe. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 98(1), pp.263-282.
- Rebillard, F. & Loicq, M. (eds.). (2013), *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*, De Boeck.
- Roberts, S. (2019), *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*, Yale University Press
- Ruediger, M. A. (Coord.) (2022). Regulação de plataformas digitais: uma contribuição para a análise do debate nacional frente a um desafio global. Policy paper. Rio de Janeiro: FGV DAPP.
- Sánchez Marín, G.; Micó Sanz, J. L., & Justel Vázquez, S. (2017). Journalistic Multi-Skilling in the News Agencies AFP, EFE, ANSA, and ACN. *Trípodos*. 41, 157-172.
- Schiller, H. I. (1976), *Communications and Cultural Domination*, New York, M.E. Sharpe.
- Smyrniaos, N. (2018), *Internet Oligopoly. The Corporate Takeover of Our Digital World*, Emerald Publishing, 191p.
- Smyrniaos, N., Rebillard, F. (2019). How infomedia platforms took over the news. A longitudinal perspective. *The Political Economy of Communication*, 7(1), pp. 30-50.
- Surm, J. (2020). AFP, EFE and dpa as International News Agencies. *Journalism*, 21(12), 1859-1876.
- Thussu, D.K. (2000). *International Communication. Continuity and Change*. London: Hodder Education.
- Watanabe, K., (2017). The Spread of the Kremlin's Narratives by a Western News Agency During the Ukraine Crisis. *The Journal of International Communication*. 23(1), 138-158.
- Wu, H. D., (2000). Systemic Determinants of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries. *Journal of Communication*. 50(2), 110-130.

