



Revue Africaine de Communication  
Nouvelle série, Numéro 6, Décembre 2024

## **LA CONDUITE DU CHANGEMENT ORGANISATIONNEL DANS LE CONTEXTE AFRICAIN**









*REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION*



***LA CONDUITE DU CHANGEMENT  
ORGANISATIONNEL DANS LE CONTEXTE  
AFRICAIN***

*Sous la direction de*

**Namoin YAO-BAGLO,**

Maître de Conférences (CAMES) en Communication des Organisations  
ISICA-Université de Lomé (Togo)

**Sahite GAYE,**

Maître-assistant (CAMES) en Communication des Organisations  
Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

**Nouvelle Série / Numéro 6**

Décembre 2024

ISSN 0850-895X





*Revue Africaine de Communication*  
Nouvelle série, Numéro 6, Décembre 2024

**RESPONSABLE SCIENTIFIQUE :**

Alioune DIENG, Professeur des universités, CESTI, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

**COMITÉ SCIENTIFIQUE :**

Marc-François BERNIER, Professeur des universités, Université d'Ottawa (Canada)

N'guessan Julien AT CHOUA, Professeur des universités, Université Félix-Houphouët Boigny (République de Côte d'Ivoire)

Frédéric LAMBERT, Professeur des universités, Université Paris 2 Panthéon-Assas (France)

Anne PIPONNIER, Professeure des universités, Centre de recherche sur les Médiations, Université de Lorraine

Yahya DIABI, Professeur des universités, Université Félix-Houphouët Boigny (République de Côte d'Ivoire)

Annie LENOBLE-BART, Professeure émérite, Université Michel de Montaigne, Bordeaux III, (France)

Serge THÉOPHILE BALIMA, Professeur des universités, Université de Ouagadougou (Burkina Faso)

Anna Paola SONCINI, Professeure des universités, Université de Bologne (Italie)

Modou NDIAYE, Professeur des universités, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Aimé-Jules BIZIMANA, Professeur agrégé, Université du Québec en Outaouais (Canada)

Mor FAYE, Maître de conférences (CAMES), Université Gaston Berger (Sénégal)

Marième Pollène NDIAYE, Maître de conférences (CAMES), Université Gaston Berger (Sénégal)

Namoin YAO - BAGLO, Maître de conférences (CAMES), ISICA/Université de Lomé (Togo)

Moustapha MBENGUE, Maître de conférences (CAMES), EBAD, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Djibril DIAKHATÉ, Maître de conférences (CAMES), EBAD, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Kouassi Sylvestre KOUAKOU, Maître de conférences (CAMES), EBAD, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)  
Sokhna Fatou SECK SARR, Maître de conférences (CAMES), Université Gaston Berger (Sénégal)

**COMITÉ DE LECTURE ET DE RÉDACTION :**

Diégane SÈNE, Maître de conférences (CAMES), CESTI, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Aminata KANE, Maître-assistante (CAMES), EBAD, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Fatoumata Bernadette SONKO, Maître-assistante (CAMES), CESTI, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Sahite GAYE, Maître-assistant (CAMES), Université Cheikh Anta Diop  
Dr Dominique-François MENDY, CESTI, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Abdou DIAW, CESTI, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Ngagne FALL, CESTI, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Moussa DIOP, CESTI, Université Cheikh Anta Diop  
Dr Alioune Badara GUEYE, CESTI, Université Cheikh Anta Diop



*Revue Africaine de Communication*  
Nouvelle série, Numéro special, 2023

*Édité par*

**Alioune DIENG,  
Professeur Titulaire,  
Université Cheikh Anta Diop  
Dakar, Sénégal**



**UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR  
CENTRE D'ÉTUDES DES SCIENCES ET TECHNIQUES DE L'INFORMATION  
(CESTI)**

**Décembre 2024**

**Illustration couverture :** Photo d'hommes et de femmes discutant de stratégie dans une salle

© CESTI  
ISSN 0850-895X  
Tous droits réservés

**Maquette Première et Quatrième de couverture :** Tiécoura Gueye,  
CESTI, UCAD

**Composition et mise en page :** Professeur Alioune Dieng

**Contacts :**

Service commercial : +221 33 824 68 75 / +221 33 824 93 66  
Emails : [infos.cesti@gmail.com](mailto:infos.cesti@gmail.com) ; [alioune1.dieng@ucad.edu.sn](mailto:alioune1.dieng@ucad.edu.sn)

**Site Internet de la Revue :** <https://rac.ucad.sn/>

**Adresses :**

*Revue Africaine de Communication*  
CESTI/UCAD, BP 5005  
Dakar-Fann  
Sénégal

*Revue Africaine de Communication, n°6, 2024*

**UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR  
CENTRE D'ÉTUDES DES SCIENCES ET TECHNIQUES  
DE L'INFORMATION  
(CESTI)**

**Avenue Cheikh Anta Diop, BP 5005, Dakar, Sénégal**

\*\*\*

**REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION**



**Emails : [cesti@ucad.edu.sn](mailto:cesti@ucad.edu.sn) ; [alioune1.diang@ucad.edu.sn](mailto:alioune1.diang@ucad.edu.sn)**

\*\*\*

**POLITIQUE ÉDITORIALE  
DE LA  
REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION**

La *Revue Africaine de Communication (RAC)*, qui s'adresse aux enseignants chercheurs, chercheurs, doctorants et professionnels de l'information et de la communication, publie des articles inédits, à caractère scientifique, sur les sciences, les pratiques et les technologies de l'information et de la communication dans le respect des normes internationales de conception, de rédaction et de présentation des travaux scientifiques.

De plus, elle souhaite contribuer, le plus largement possible, au développement des études portant sur l'analyse du discours, le droit, l'éthique et la déontologie des médias. Les domaines de l'information et de la communication sont articulés à d'autres champs disciplinaires tels que les sciences politiques, l'économie, la géopolitique, l'éducation, la sociologie, l'anthropologie, la linguistique, le management, le marketing et la culture. La *RAC*, qui se veut un espace de dialogue interdisciplinaire, accepte aussi, dans sa partie *Varia*, des articles des autres disciplines dont l'intérêt pour le développement des sciences et des techniques de l'information et de la communication est évident.

La *RAC* paraît une fois par an avec un numéro thématique et/ou

un numéro spécial. Selon la procédure en double-aveugle (*Double Blind Peer Review*), une version anonyme de chaque texte proposé est soumise à l'expertise de deux spécialistes en la matière, en vue de l'évaluation et, éventuellement, de la révision. À cet effet, les critères retenus sont la pertinence et l'intérêt du thème abordé, l'originalité de la problématique et de la démarche logique adoptée, la tenue stylistique de l'article ainsi que sa cohérence avec l'ensemble du numéro et de la Revue. Les contributions peuvent être acceptées, refusées ou donner lieu à des propositions de révisions pour l'auteur. En cas de désaccord entre les deux experts, le Responsable scientifique de la Revue soumet la contribution à une troisième évaluation. Les textes et leur contenu relèvent de la seule et entière responsabilité des auteurs.

En cas de publication, tous les droits sont transférés à la Revue (Voir Code d'Éthique de la *Revue Africaine de Communication*). Les auteurs sont invités à suivre le modèle de présentation et de mise en page des articles publiés par la *Revue Africaine de Communication* (titres, résumé et mots-clés, normes topographiques, références bibliographiques, etc.).

### **1. Le titre de la contribution**

Titre en français et en anglais : police Book Antiqua 12, en gras, centré, interligne simple.

Nom, Prénom(s), premières lettres en majuscules, et affiliation(s) des contributeurs : police Book Antiqua 10, en gras, alignés à droite, interligne simple.

### **2. Introduction, Titres des parties, Conclusion**

Police Book Antiqua 11, en gras, alignés à gauche, pas de retrait, interligne simple.

### **3. Résumé et Mots-clés de la contribution**

- **Le résumé de la contribution** (500 signes au

maximum) : Rédigé en français et en anglais, police Book Antiqua 10, sans gras, sans italique, sans retrait, aligné à gauche, interligne simple.

**Contenu du résumé** : Intérêt scientifique du thème et de l'objet de recherche, délimitation du champ et du contexte de recherche, problématique, objectif et hypothèses de recherche, méthode(s) d'analyse et résultats attendus.

- **Mots-clés** : police Book Antiqua 10, pas de retrait, alignés à gauche, cinq mots en minuscules séparés par des virgules, première lettre du premier mot en majuscule (version française) ; premières lettres en majuscules, cinq mots séparés par des points virgules (version anglaise).

#### **4. Plan de l'article**

Il est souhaitable que le texte de l'article soit organisé à trois niveaux :

- section : 1, 2, 3, ... (style Titre 1, gras, taille de police 11, sans retrait) ;
- sous-section : 1.1., 1.2., ... 2.1., 2.2..., etc. (style Titre 2, gras, taille de police 11, retrait 1,27) ;
- sous-sous-section : 1.1.1., 1.1.2. ... 2.1.1., 2.2.2, etc. (style Titre 3, gras, taille de police 11, retrait 1,27).

#### **5. Citations**

- **Longueur, police, style, format** :

Les citations brèves (de trois lignes et moins) sont encadrées par des guillemets à la française, sans italique, police Book Antiqua11.

Les citations de trois lignes et plus : retrait 1,27 cm, Book Antiqua 10, pas de guillemets : « Étudiant les rapports entre l'hypertextualisation et l'animation numérique, Saemmer affirme :

Les mots sur support numérique prennent des couleurs, se

coulent dans de nouvelles formes graphiques ; en se disposant librement dans l'espace, ils suggèrent une simultanéité caractéristique de l'image ; en s'animant, ils acquièrent une dimension plastique ; en s'hypertextualisant, ils deviennent palpables, touchables. L'un des enjeux centraux de mon livre *Matières textuelles sur support numérique* était d'étudier les conséquences de l'hypertextualisation et de l'animation numérique sur le sens du texte. J'ai essayé de montrer qu'en principe, les possibilités d'interaction et de mise en mouvement du texte, les nouveaux rapports entre images fixes et mots animés, vidéos et lettres statiques sur l'interface numérique ouvrent le champ sémantique du texte vers de nouvelles significations (2008 : 63). »

- **Source de la citation :**

À la fin de la citation, on indique la source (entre parenthèses) : Nom de l'auteur, année de publication, éventuellement la page, précédée de deux points.

En cas de coupure importante ou d'omission dans la citation, il faut placer entre crochets les points de suspension pour la représenter :

« L'un des enjeux centraux de mon livre [...] était d'étudier les conséquences de l'hypertextualisation et de l'animation numérique sur le sens du texte. » (Saemmer, 2008 : 63).

- **Auteur(s) mentionné(s) après la citation :**

« En outre, l'opinion, « relayée au plus haut niveau de l'État, aspirait à une plus grande transparence administrative, à l'image d'autres grands pays démocratiques. » (Ermissé, 1988 : 205).

- **Citation de deux auteurs :**

« La communication politique a toujours présenté une dimension technique. Dans l'Antiquité grecque, la rhétorique en était la manifestation principale, qui permettait l'utilisation stratégique du discours à des fins de persuasion. » (Gerstlé & Piar, 2020 : 31).

- **Plus de deux auteurs :**

- Une première citation :  
« Plusieurs virtualités cohabitent dans le débat nucléaire. » (Faivret, Missika & Wolton, 1980 : 9).

- Une deuxième citation des mêmes auteurs :  
« Attaquer une idéologie est un exercice périlleux » (Faivret *et al.*, 1980 : 10) ou selon Faivret *et al.* (1980 : 10), « attaquer une idéologie est un exercice périlleux ».

- **Citation d'une institution :**

Lors de la première citation, le nom développé de l'institution est mentionné suivi de son abréviation :

« Dans le monde, une augmentation significative de la demande en eau est prévue dans les prochaines décennies. » (Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture [UNESCO], 2017 : 1).

- **Dès la deuxième citation, l'abréviation suffit :**

« Les ressources en eau (eaux de surface et eaux souterraines) sont renouvelées à travers le cycle continu d'évaporation, de précipitations et de ruissellement. » (UNESCO, 2017 : 10).

- **Dictionnaire :**

Le relativisme est « une doctrine qui admet la relativité de la connaissance humaine ». (*Le Petit Robert*, 1989 : 1651)

*Nota Bene* : Pour certains dictionnaires comme celui de l'Académie française, le titre, le numéro de l'édition et le numéro de page suffisent.

- **Citation d'un auteur ayant publié plusieurs documents la même année :**

Si le slogan est l'instrument de la propagande idéologique et de la communication efficace, la rhétorique est une arme à double tranchant, dont la modalité peut être méliorative ou péjorative. Du point de vue rhétorico-pragmatique, les tropes tels que la métaphore ou la périphrase servent à l'expression de l'hybridité linguistique, en faisant s'affronter des points de vue narratifs sur le thème de l'immigration. (Dieng, 2020 a : 54)

Avoir de l'esprit est un atout considérable dans la discussion,

mais il se transforme en défaut majeur lorsqu'il s'agit d'éprouver la raison. La prééminence de l'esprit de finesse sur le jugement ne nie pas l'importance de la raison, mais elle permet à l'humaniste de distinguer le champ de la communication de celui du raisonnement philosophique et à élaborer les grands principes d'une éthique du jugement. (Dieng, 2020 b : 362)

- **Plusieurs auteurs de différentes œuvres cités simultanément :**

« Les enjeux de l'information et de la communication ouvrent des perspectives à la recherche. » (Boukacem-Zeghmouri & Rodríguez Bravo, 2019 ; Blanchard & Roginsky, 2020 ; Mattelart, 2016)

- **Citation d'un auteur par un autre auteur :**

« Un usage extensif de l'Internet a permis aux Zapatistes d'instantanément diffuser leurs informations et revendications au monde. » (Castells, 1997 [2010], cité par Mattelart, 2016 : 117)

*Nota Bene* : Lorsque la date de la première édition est mentionnée, celle de la dernière est mise entre crochets.

- **Ajout de mots dans la citation** : mettre les mots ajoutés entre crochets.

- **Paraphrase d'un texte écrit :**

« Pour Dieng (2024 : 39), "parole sans règle et parole sans foi destinées à faire perdre la face à l'interlocuteur, la polémique a partie liée avec le pouvoir et suscite de ce fait un questionnement dans ses rapports à l'éthique" ».

## **6. Ponctuation**

Sauf exception (point d'exclamation ou d'interrogation), pas de ponctuation dans un titre. Entre le point ou la virgule et le mot qui les précède, il n'y a pas d'espace. En revanche, il y en a une, insécable, entre les guillemets à la française, les deux points, le

point-virgule, les points d'exclamation ou d'interrogation et le mot. Les crochets et les parenthèses ne contiennent pas d'espace à l'intérieur, mais à l'extérieur.

On utilise exclusivement les guillemets à la française (« »), en prenant garde de placer une espace insécable après le guillemet ouvrant et avant le guillemet fermant. Les guillemets anglais doubles (" ") sont requis dans une citation de deuxième niveau, c'est-à-dire imbriquée dans une première citation.

## **7. Normes typographiques**

Format : Document Word.

Police : Book Antiqua (BA), 11 pour le corps de l'article, 10 pour les citations.

Style : Normal

Relecture à gauche : 0 cm ;

Interligne : simple

Mise en page : custom size, 15/23 cm (File, Page setup, Paper size: custom size) ; marges : 2 cm (bas, haut, gauche, droite)

Corps du texte : police Book Antiqua 11, style Normal, justifié.

Retrait : gauche : 0 cm, droite : 0 cm ; à partir de la première ligne 0 cm ; suspension : 0 cm

Espacement : avant : 0 point, après : 0 point

## **8. Les tableaux :**

Les tableaux sont titrés et insérés dans le texte, Book Antiqua (BA) 10. Pour chaque tableau, ne pas dépasser la moitié d'une page de la revue ; sinon, il sera renvoyé en annexe à la fin de la bibliographie. Leur pertinence sera évaluée par les experts.

## **9. Notes de bas de page**

Les notes en bas de page (police : Book Antiqua 10, suspension (hanging) 0,5 cm, Interligne simple). Ne sont acceptées que les notes qui apportent des informations complémentaires ou des précisions. Les références bibliographiques sont insérées

directement dans le texte (voir **Citations**).

## 10. Bibliographie

### - **Format :**

Corps du texte : police Book Antiqua 11, style Normal, justifié.  
Retrait : gauche : 0 cm, droite : 0 cm ; Interligne simple ;  
suspension : 0,5 cm  
Espacement : avant : 0 point, après : 0 point

### - **Monographie :**

Nom, Prénom (date). *Titre du livre* [date de la 1re édition]. Lieu : éditeur, «collection».

### - **Ouvrage collectif :**

Nom, Prénom (éd. / éds) (date). *Titre de l'ouvrage*. Lieu : éditeur, « Collection » (si indiquée).

### - **Chapitre d'un ouvrage collectif :**

Nom, Prénom (date). Titre de la contribution (pagination : pp. X-Y). In Prénom Nom (éd. / éds), *Titre de l'ouvrage* (pagination). Lieu : éditeur, « Collection » (si indiquée).

### - **Article :**

Nom, Prénom (date). Titre de l'article. In *Titre de la revue*, n° x, *titre spécifique à ce numéro* (si indiquée), Prénom Nom (éd./éds), pagination (page de début et page de fin séparées par un tiret).

### - **Article de revue avec volume et numéro de fascicule (version imprimée) :**

Nom, Prénom (année). Titre de l'article. *Titre de la revue en italique, numéro du volume en italique* (numéro du fascicule entre parenthèses), numéros de pages.

### - **Revue complète (numéro spécial) (version imprimée) :**

Titre du numéro ou du supplément ou du hors-série [Numéro

spécial]. (Année). *Titre de la revue en italique, numéro du volume en italique* (numéro du fascicule entre parenthèses).

- **Article de revue (version électronique) avec DOI:**

Article de revue issu d'un hors-série ou d'un supplément (version imprimée ou électronique) : Nom de l'auteur, initiale du prénom (Année). Titre de l'article. *Titre de la revue en italique (pas en forme abrégée et sans le sous-titre)*, (h.s.) ou (suppl.), numéros de pages. <DOI>

- **Article de quotidien (version électronique) :**

Nom de l'auteur, prénom (Année, jour mois). Titre de l'article. *Titre du quotidien*. <DOI> ou Accès adresse URL : <lien [Consulté le...]>.

- **Congrès/Colloque (publié) :**

Nom du ou des directeur(s), prénom(s) (dir.). (Année). *Titre du colloque : Actes ou Journées et lieu, date du colloque*. Lieu : Éditeur.

- **Contribution d'un auteur à un colloque (communication publiée) :**

Nom de l'auteur, Initiale du prénom (Année). Titre du document. In Initiale du prénom de l'auteur de l'ouvrage. Nom de l'auteur (dir. ou éd.), *Titre de l'ouvrage : Titre du colloque : Actes ou Journées et lieu, date du colloque* (pp. du document s'il y en a). Lieu : Éditeur.

- **Ressources Internet :**

- Mettre la **référence** précise, le **lien** entre guillemets simples <...> et la **date** de consultation entre crochets [...].
- **Article** : Nom, Prénom (2010). Titre. *Titre de la revue en italique*. URL entre guillemets simples (<...[Consulté le...]>) *ou* <DOI>
- **Livre électronique avec DOI** : Nom, Prénom (Année). *Titre en italiques*. <DOI>

- **Livre électronique avec URL** : Nom, Prénom (Année). *Titre en italiques*. Le **lien** entre guillemets simples <... [Consulté le...] >.
- **Page ou Site Web** : Auteur ou Organisme (Année de publication). *Titre de la page consultée*. Date de la dernière mise à jour ou de copyright). Le **lien** entre guillemets simples <... [Consulté le...] >.
- **Texte législatif (version imprimée)** : *Titre et date d'adoption du texte de loi* ; Sigle (si existant), Recueil et Numéro.
- **Texte ou article législatif (version électronique)** : *Titre et date d'adoption du texte ou de l'article de loi* ; Sigle (si existant) ; Recueil et numéro ; Le **lien** entre guillemets simples <... [Consulté le...] >.
- **Thèse** : Prénom Nom, *Titre : sous-titre*, nombre de pages, tomasion, Type de diplôme : Discipline et spécialité : Université (et / ou autres précisions telles que la ville) : Année (date de soutenance). S'il n'y a pas de date de parution, mettre l'abréviation s.d. (*sine datum*) à la place de l'année.

## 10. Abréviations

Éditeur scientifique : (éd. ou éds.)

Sous la direction de : (dir.)

Numéro d'édition : (éd. ; par exemple : 2e éd.) :

Sans lieu de publication : *sine loco* (s.l.)

Sans nom de l'éditeur : *sine nomine* (s.n.)

Sans date : *sine datum* (s.d.)

L'abréviation des pages se fait différemment en fonction du type de document :

- pour les chapitres d'ouvrage collectif et pour les articles de la presse quotidienne, les pages sont indiquées

avec l'abréviation «p.» pour une seule page consultée et «pp.» pour plusieurs pages. Exemple : p. 7 ou pp. 7-14 ;  
- pour les périodiques (revue, magazine), les pages sont indiquées sans abréviation. Exemple : 7-14.

## 11. Bibliographie sélective

- BLANCHARD, Gersende & ROGINSKY, Sandrine (2020). Introduction. Dossier - La professionnalisation de la communication politique en question : acteurs, pratiques, métiers. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 1(1), 5-12. <https://doi.org/10.3917/enic.029.0005>
- BOUKACEM-ZEGHMOURI, Chérifa & BLANCA, Rodríguez Bravo (2019). Présentation du dossier 2019. Une information scientifique, entre évaluation et médiatisation. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2(2), 5-11. <https://doi.org/10.3917/enic.027.0005>
- DIENG, Alioune (2020 a). Hybridité linguistique et réinterprétation de l'aventure ambiguë chez Fatou Diome. In *Réécriture et interprétation, Acta Iassyensia comparationis*, 26(vol.2), 51-62. [http://literaturacomparata.ro/Site\\_Acta/issues/aic26/06%20Dieng\\_Layout%201.pdf](http://literaturacomparata.ro/Site_Acta/issues/aic26/06%20Dieng_Layout%201.pdf)
- DIENG, Alioune (2020 b). L'expérience de l'enrichissement dans les *Essais de Montaigne. Akofena*, Revue scientifique des Sciences du langage, Lettres, Langues et Communication, n°002, vol. 1, 353-370.
- DIENG, Alioune (2024). *Éthique et argumentation polémique*. Dakar: Presses Universitaires de Dakar (P.U.D.).
- ERMISSE, Gérard (1988). Les archives françaises à l'horizon de l'an 2000 (études rassemblées à l'occasion du XIe Congrès international des Archives. In *La Gazette des archives* (pp. 200-217), n°141, Actes du colloque de Paris, 22-26 août.
- FAIVRET, Jean-Philippe, MISSIKA, Jean-Louis, WOLTON, Dominique (1980). *L'Illusion écologique*. Paris : Seuil.
- GERSTLE, Jacques, PIAR, Christophe (2020). *La Communication politique*. Paris : Armand Colin, collection « U ».
- MATTELART, Tristan (2016). Déconstruire l'argument de la

diversité de l'information à l'heure du numérique : le cas des nouvelles internationales. In *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2(2), 113-125.  
<<https://doi.org/10.3917/enic.021.0113>>

SAEMMER, Alexandra (2008). Le texte résiste-t-il à l'hypermédia ?  
In *Communication & Langages*, n°155, 63-79.

UNESCO (2017). Les Eaux usées : une ressource inexploitée. *Rapport mondial des Nations Unies sur la mise en valeur des ressources en eau*.

WOLTON, Dominique (1997). *Penser la communication*. Paris : Flammarion.

UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR  
CENTRE D'ÉTUDES DES SCIENCES ET TECHNIQUES  
DE L'INFORMATION  
(CESTI)  
Avenue Cheikh Anta Diop, BP 5005, Dakar, Sénégal

\*\*\*

*REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION*



Emails : [cesti@ucad.edu.sn](mailto:cesti@ucad.edu.sn) ; [alioune1.dieng@ucad.edu.sn](mailto:alioune1.dieng@ucad.edu.sn)

\*\*\*

CODE D'ÉTHIQUE  
DE LA  
*REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION*

## 1. De l'évaluation des contributions scientifiques

En ce qui concerne l'évaluation de chaque contribution, le Responsable scientifique et les membres du Comité de Lecture et de Rédaction de la Revue sollicite l'avis d'au moins deux évaluateurs, selon le système de double-blind peer review (double-aveugle). L'évaluation des textes soumis à la *Revue Africaine de Communication (RAC)* prend en examen leur contenu scientifique, sans distinction de race, de sexe, de nationalité, de croyance et d'orientation académique ou politique des auteurs. Sans accord écrit de la part de l'auteur, le matériel inédit des manuscrits soumis à la Revue ne peut pas être employé pour d'autres recherches. Le Responsable scientifique, le Comité scientifique, le Comité de lecture et de Rédaction s'engagent autrement à ne diffuser aucune information concernant les textes à des fins différentes des évaluations, des révisions, de l'édition et de la publication. Les textes et leur contenu relèvent de la seule et entière responsabilité de leurs auteurs.

## **2. Des obligations du Responsable scientifique de la Revue**

Le Responsable scientifique veille à l'exécution et au respect scrupuleux de la Politique éditoriale et du Code d'éthique de la *Revue Africaine de Communication*. Il définit, en collaboration avec le Comité scientifique et le Comité de Lecture et de Rédaction, la thématique annuelle de la Revue et supervise le processus de lancement, d'évaluation, de révision et de publication de chaque numéro. Il est la personne morale et administrative de la Revue. Garant de la notoriété, mais aussi de la qualité, de la conformité et de l'effectivité des travaux et des manifestations scientifiques de celle-ci, le Responsable scientifique supervise la collaboration entre les différents comités de la Revue, les évaluateurs et les contributeurs. Enfin, il la représente dans les autres instances et manifestations scientifiques.

## **3. Des obligations du Comité scientifique**

Le Comité scientifique est tenu de respecter la politique et les principes éditoriaux de la *Revue Africaine de Communication* et doit aussi se conformer aux dispositions légales en matière de diffamation, de violation du copyright et de plagiat. Pour les prises de décisions, le Responsable scientifique de la Revue collabore avec le Comité scientifique. Les deux instances sont responsables de la publication finale des articles.

## **4. Des obligations du Comité de Lecture et de Rédaction**

Le Comité de lecture et de Rédaction relève et vérifie les informations concernant les erreurs, imprécisions, conflits d'intérêts ou plagiat à l'égard d'une contribution, qu'il communique immédiatement au Responsable scientifique de la Revue, qui, à son tour, les notifie à l'auteur. Il vérifie ensuite le respect des modifications et des corrections formulées par les évaluateurs selon les critères fixés par la Revue. Au cas contraire, la Revue s'engage à entreprendre les actions nécessaires : éventuellement, l'article sera retiré de la version finale du numéro lancé. De façon générale, le Comité de lecture et de

Rédaction apporte son aide au Responsable scientifique et à son équipe dans la révision, l'édition et la publication des contributions.

## **5. Des obligations des Évaluateurs**

L'expert sélectionné ne se jugeant pas qualifié pour l'évaluation, ou sachant ne pas être en mesure de respecter les délais indiqués, doit notifier la décision au Responsable scientifique de la Revue. Il ne doit pas accepter l'expertise d'une contribution scientifique dans le cas d'un conflit d'intérêts dû à un rapport de compétition, de collaboration étroite, etc. avec les auteurs. Le Responsable scientifique, le Comité scientifique et le Comité de lecture et de Rédaction s'engagent à traiter les textes reçus comme des documents confidentiels.

Les évaluateurs s'engagent, quant à eux, à exprimer leurs opinions et recommandations, à les argumenter, documenter et illustrer dans le strict respect du secret professionnel. En outre, ils éviteront de les formuler de façon blessante. S'ils remarquent des passages plagés ou bidonnés, ils ont l'obligation d'en informer le Responsable scientifique de la Revue. L'évaluation doit être effectuée avec objectivité, professionnalisme et discrétion. Les informations contenues dans les documents évalués demeurent confidentielles et, en aucun cas, ne peuvent faire l'objet d'autre exploitation.

## **6. Des obligations des Auteurs**

Les auteurs s'engagent à garantir l'originalité des contributions, leur non-soumission en vue d'une autre publication lors des phases d'évaluation et de révisions des contributions. Par leur simple participation au numéro, ils acceptent aussi à n'employer des contenus ou des expressions d'autres auteurs qu'en indiquant toujours la source référencée. Les textes soumis n'ont jamais été publiés comme documents protégés par copyright dans d'autres revues ou dans des ouvrages collectifs déjà publiés.

En envoyant une contribution, l'auteur/les auteurs acceptent

que, si le texte est approuvé pour la publication, tous les droits économiques, sans limites d'espace et avec toutes les modalités et technologies existantes ou à venir, sont transférés à la *Revue Africaine de Communication*. Dans le cas où un auteur noterait des erreurs significatives, des incohérences ou des imprécisions dans le document scientifique publié, il doit immédiatement le porter à la connaissance du Responsable scientifique de la Revue et coopérer pour la rétractation ou la révision de la contribution proposée.

#### **7. Accès, Reproduction, Distribution, Diffusion et Partage des Contributions scientifiques**

Les contributions scientifiques à la *Revue Africaine de Communication* (RAC) sont disponibles en accès libre sur le site : *rac.ucad.sn*. Elles sont également archivées à la Bibliothèque nationale, à la Bibliothèque centrale de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar et à la Médiathèque du Centre d'Études des Sciences et Techniques de l'Information.

Les auteurs cèdent tous les droits de reproduction, de publication et de diffusion de leurs contributions scientifiques à la RAC. Par conséquent, ils acceptent toutes modifications formelles liées aux contraintes de leur mise en page et de leur mise en valeur.

De plus, les contributions publiées par la RAC, ne pouvant faire en aucun cas l'objet d'une autre publication, sont autorisées sous la Licence CC-by-nc-nd (autorisation de partager, copier, reproduire, distribuer et communiquer l'oeuvre originale par tous moyens et sous tous formats, sans modifications, dans un but scientifique, pédagogique ou promotionnel, sauf à des fins commerciales).

Les auteurs doivent être crédités de la paternité de leurs contributions et la source indiquée. Ce droit à la paternité des contributeurs est scrupuleusement respecté en cas d'utilisation de leurs oeuvres (Prénom, Nom, titre de la contribution, Nom de la Revue, Numéro, Année de publication, N° de la page d'où est tiré l'extrait).

## SOMMAIRE

- *Avant-propos* I-V  
**Namoin YAO-BAGLO, ISICA-Université de Lomé (Togo)**  
**Sahite GAYE, Université Cheikh Anta Diop de Dakar (Sénégal)**

### **PARTIE THÉMATIQUE : LA CONDUITE DU CHANGEMENT ORGANISATIONNEL DANS LE CONTEXTE AFRICAIN**

- *Dispositifs numériques et communication interne dans les organisations publiques au Gabon : quel impact des dynamiques info-communicationnelles et relationnelles dans l'espace académique ?*  
*Digital devices and internal communication in public organizations in Gabon: what impact of info-communication and relational dynamics in the academic space?* 1-23  
**Marcy Delsione OVOUNDAGA,**  
**Université Catholique de l'Ouest, Angers (France)**
- *Management du changement organisationnel dans les médias: l'agence de presse sénégalaise à l'ère du digital*  
*Managing organisational change in the media: the senegalese press agency in the digital age* 25-44  
**Mamadou Diouma DIALLO,**  
**Université Gaston Berger de Saint-Louis (Sénégal)**
- *La capitalisation d'expériences : un processus, une perspective à forte valeur ajoutée communicationnelle*  
*Capitalization of experiences: a process, a perspective with a communicational added value* 45-67  
**Birame FAYE,**  
**I PAO - Institut Panos Afrique de l'Ouest**
- *Comprendre le changement organisationnel à travers le prisme de l'anthropologie. Cas de Madagascar.*  
*Understanding organizational change through the prism of Anthropology. Madagascar case* 69-96  
**Fitahiana ANDRIAMPARANY,**  
**Université d'Antananarivo (Madagascar)**

- *Le rôle des proximités cognitives différenciées dans le changement organisationnel*  
*Differentiated cognitive proximities' role in organizational change* 97-118

**Wendsongré Jean Claude YANOGO**  
**Université du Québec en Outaouais (Canada)**

## **VARIA**

- *Vers une refonte conceptuelle des outils théoriques pour combattre la désinformation*  
*Towards a conceptual overhaul of the theoretical tools for combating disinformation* 121-141

**Yacine DIAGNE**  
**Université Cheikh Anta Diop de Dakar (Sénégal)**

## AVANT-PROPOS

La société des organisations décrite par Borraz et Musselin (2022) est une réalité mondiale à laquelle l'Afrique n'échappe pas. La capacité à changer demeure un enjeu majeur pour les organisations qui opèrent dans des environnements caractérisés par des évolutions constantes (Guilmot et Vas, 2012). D'après Cordelier et Montagnac-Marie (2008), le changement peut être prescrit ou construit. Le premier serait l'initiative des dirigeants ; le second viendrait de celle des subordonnés. Le changement entretient un rapport paradoxal avec la permanence (Perret, 2003). De ce point de vue, les phénomènes info-communicationnels, à la fois internes et externes, sont souvent au cœur du processus (Cordelier et Montagnac-Marie, *Ibid.*). Pour Bernoux (2004), le « changement » revêt un caractère diversifié dans la littérature scientifique. Il note aussi l'ambiguïté et la « banalité » du concept.

Dans cette perspective, et, eu égard à la mutation des écosystèmes (social, économique, politique, numérique), les organisations sont conviées à s'adapter et donc, par ricochet, à changer. Ce faisant, elles s'affranchissent de la conception fonctionnaliste, pour s'inscrire dans une perspective plus dynamique que le concept d'« organizing » de Karl Weick décrit bien. Dès lors, les étudier revient à prendre en compte plusieurs facteurs.

Aussi, le sixième numéro de la *Revue Africaine de Communication (RAC)*, éditée par le Centre d'Études des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI) de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar, s'est proposé de réfléchir sur la « conduite du changement organisationnel dans le contexte africain ». L'idée de départ était de permettre aux chercheur(e)s et aux professionnel(le)s de rendre compte de leurs travaux scientifiques ou de leur(s) vécu/pratiques concernant la réalité du changement organisationnel en Afrique, eu égard à la faiblesse des publications sur la thématique. Les rapports complexes et étroits qui existent entre les deux objets d'étude que sont l'organisation et la communication ont motivé l'ouverture d'un cadre de recherche sur la conduite du changement

organisationnel dans une perspective pluridisciplinaire.

Vouloir interroger la conduite du changement organisationnel en Afrique, c'est mettre en lumière les singularités de cette mutation en prenant en compte les dimensions communicationnelle, managériale, financière, culturelle, économique, politique, voire anthropologique. Quelle est l'ampleur des particularités culturelles et anthropologiques sur la conduite du changement, par exemple ?

Quant à la notion d'organisation, rapidement adoptée par les sciences sociales, elle peut se concevoir comme une image visant à signifier l'idéal organique d'une société harmonieuse dont les différentes composantes fonctionnent selon une rationalité technique prévisible (Le Moëne, 2008). Or, les expressions d'« organisation apprenante », d'« organisation interactive », d'« organisation en réseaux », de « communication organisante » rappellent la relativité de l'organisation comme entité stable.

Les contributions réunies dans ce sixième numéro malgré leur diversité dans les approches reviennent essentiellement sur la problématique de la « conduite du changement dans le contexte africain ».

\*

\* \*

À l'ère du numérique, peut-on penser un changement organisationnel sans les Technologies de l'Information et de la Communication ? Dans sa contribution, Marcy Delsione Ovoundaga se focalise sur le rôle des outils numériques dans le processus du changement organisationnel au Gabon. Son article étudie les modes d'appropriation des dispositifs numériques dans la communication interne des organisations et la manière dont ces dispositifs numériques remodelent les dynamiques communicationnelles et relationnelles.

La réflexion de Mamadou Diouma Diallo prend en compte le journalisme d'agence, la dynamique organisationnelle et le management du changement dans un contexte de bouleversement de l'écosystème des médias classiques pour questionner le rôle du manager en tant que « relais opérationnel du changement ». Grâce à cette étude de cas, il montre la manière

dont le statut social, le leadership fondé sur les relations humaines et la proximité, constituent des atouts dans la conduite du changement organisationnel.

C'est dans cette même perspective que Birame Faye parle de la capitalisation de l'expérience pour la considérer comme un processus et une perspective à forte valeur ajoutée communicationnelle. Effectivement, comment penser la pérennité des organisations sans la capitalisation des expériences ? Grâce à cet article, nous découvrons qu'elle peut devenir un outil de la communication pour le changement social.

La question du processus revient souvent dans les contributions. Fitahiana Andriamparany, quant à elle, interroge la place des acteurs dans la compréhension du changement et la mise en place du processus au sein du système organisationnel. En partant de l'approche anthropologique, elle montre que, pour une adhésion de tous les acteurs de l'organisation dans le processus, il est nécessaire d'avoir une sensibilisation et une compréhension mutuelle.

L'on retrouve cette même situation dans les petites et moyennes entreprises créées et dirigées par des étrangers dans un pays africain où les questions culturelles vont se poser au quotidien avec acuité. Wendsongré Jean Claude Yanogo nous livre sa réflexion sur le sujet. Par une étude empirique, l'auteur montre comment le changement peut être prescrit par les salariés.

\*

\* \*

Dans la partie *Varia*, Yacine Diagne pose la problématique du « désordre de l'information » qui serait l'émergence d'un nouvel ordre informationnel radicalement différent de l'ancien, impulsé par l'emprise croissante des réseaux sociaux et la nécessité de recourir à de nouveaux concepts théoriques et outils méthodologiques.

\*

\* \*

En un mot comme en mille, à travers la variété des approches et des outils mobilisés par les contributeurs, ce sixième numéro de la *Revue Africaine de Communication* jette un regard innovant sur

« la conduite du changement organisationnel dans un contexte africain », sujet qui est loin d'être épuisé.

### **Bibliographie sélective**

- BERNOUX Philippe (2004). *Sociologie du changement dans les entreprises et les organisations*. Paris : Éditions du Seuil.
- BORRAZ, Olivier (2022). *La société des organisations*. Paris : Presses Sciences Po.
- BOUILLON, Luc-Jean, BOURDIN, Sylvie, LONEUX, Catherine (2007). Migrations conceptuelles. D'où viennent les concepts de la communication organisationnelle ? In *Communication et Organisation*, n° 31, Bordeaux 3, 7-26.
- CORDELIER, Benoit, MONTAGNAC-MARIE, Hélène [(dir.) (2008)]. *Conduire le changement organisationnel ?*, *Communication et Organisation*, n°33, Bordeaux : PUB.
- DIOP, Amadou Sarr (2020). *Pour une désaliénation des études africaines. Repenser l'africanisme postcolonial*. Dakar : Harmattan.
- GHERARDI, Silvia (2000). Practice-based theorizing on learning and knowing in organizations, *Organization*, Vol. 7, No. 2, 211-223.
- HOUNTONDJI, Paulin Jidenu (1990). Pour une sociologie des représentations collectives, in Robin Horton & al., *La Pensée métisse : croyances africaines et rationalité occidentale en questions* (pp. 187-192). Paris/Genève : PUF/Cahiers de l'IUED.

- LE MOËNNE, Christian (2007). *Recomposition des espaces et formes organisationnelles : quelles questions pour quels programmes de recherche ?* in Chevalier Y. et Juanals B. (dir.), *Espaces physiques, espaces mentaux* (pp. 209-225). Lille : Septentrion.
- OSWICK, Cliff, KEENOY, Tom W., GRANT, David (2000). *Discourse, organizations and organizing: Concepts, objects and subjects*, In *Human Relations*, Vol. 53, Issue 9, 1115-1123.
- PERRET, Véronique (2003). *Les paradoxes du changement organisationnel*, in Véronique Perret et Emmanuel Josserand (dir.), *Le paradoxe : Penser et gérer autrement les organisations*. Paris : Ellipses, 253-297.
- PUTMAN, Linda L., PACANOWSKY, Michael E. (1983). *Communication and organizations, an interpretive approach*. Newbury Park, CA : Sage Publications.
- VAARA, Eero (2010). *Taking the linguistic turn seriously: Strategy as A multifaceted and interdiscursive phenomenon*, in Joel A.C. Baum and Joseph Lampel (Ed.), *The Globalization of Strategy Research* (pp. 29-50), *Advances in Strategic Management*, Vol. 27, Leeds : Emerald Group Publishing Limited.
- WEICK, Karl (1995). *Sensemaking in organizations, Foundations for Organizational Science*. California : SAGE Publications.

**Namoin YAO-BAGLO, ISICA-Université de Lomé (Togo)**  
**Sahite GAYE, Université Cheikh Anta Diop de Dakar (Sénégal)**



## VERS UNE REFONTE CONCEPTUELLE DES OUTILS THÉORIQUES POUR COMBATTRE LA DÉSINFORMATION

## TOWARDS A CONCEPTUAL OVERHAUL OF THE THEORETICAL TOOLS FOR COMBATING DISINFORMATION

Yacine Diagne  
Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

### Résumé

L'article vise à appréhender le « désordre de l'information » comme l'émergence d'un nouvel ordre informationnel radicalement différent de l'ancien, impulsé par l'emprise croissante des réseaux sociaux, nécessitant pour être comprise le recours à de nouveaux concepts théoriques et outils méthodologiques. Il montre que l'analyse de cette transition ne peut se limiter à la seule sphère de production de l'information et aux différentes modalités de *fact-checking* car encore plus qu'avant, la théorie simpliste de la « seringue hypodermique » qui suggère que les récepteurs absorbent passivement le sens d'une information voulu par l'émetteur conduit à des conclusions fallacieuses. S'inspirant des « Cultural studies » et des sciences comportementales, l'article s'attache à montrer que ce que ces sciences appellent les « biais cognitifs » jouent un rôle de plus en plus crucial dans la diffusion et la réception des informations erronées en dehors de la conscience des acteurs et par-delà le désir de vérité. Cette approche ouvre de nouvelles voies pour lutter contre le désordre informationnel actuel, notamment celles qui sont promues par l'éducation aux médias et à l'information (EMI), dès lors qu'elle ancre le développement de l'esprit critique sur les mécanismes pratiques de la réception de l'information et non seulement sur son examen par une raison abstraite complètement éclairée par des journalistes compétents et vertueux.

**Mots clés :** Désordre informationnel, Biais cognitifs, Neurosciences, Psychologie comportementale, Éducation aux médias et à l'information.

### Abstract

The aim of this article is to understand the “information disorder” as a transition from the past information order to a new information order, driven by the growing influence of social networks, which requires the use of new theoretical concepts and methodological tools in order to be understood. He shows that the analysis of this new order cannot be limited solely to the sphere of information production

and the various modalities of fact-checking, because even more than before, the simplistic theory of the “hypodermic syringe”, which suggests that receivers passively absorb the meaning of information intended by the sender, leads to fallacious conclusions. Drawing on cultural studies and the behavioural sciences, the article sets out to show that what these sciences call “cognitive biases” play an increasingly crucial role in the dissemination and reception of erroneous information outside the awareness of the actors involved and beyond the desire for truth. This approach opens up new ways of combating the current information disorder, particularly those promoted by media and information education (MIE), as long as it anchors the development of critical thinking in the practical mechanisms of information reception and not just in its examination by an abstract reason fully enlightened by competent and virtuous journalists.

**Keywords** : Information disorder; Cognitive bias; Neuroscience; Behavioural psychology; Media and information literacy.

### **Introduction**

Beaucoup d'études ont montré que l'émergence des médias sociaux a profondément transformé le paysage de l'information, remettant en question les fondements traditionnels du journalisme et modifiant en profondeur la manière dont les individus accèdent, partagent et interprètent les nouvelles. L'arrivée de nouveaux acteurs, l'usage de nouvelles techniques, l'adoption de nouvelles pratiques de réception de l'information et l'intériorisation par les agents sociaux de nouvelles dispositions sociales et traits psychologiques ont incontestablement déstabilisé l'ensemble du champ médiatique. Ont ainsi perdu de leur force le principe cardinal du traitement objectif des faits et de leur séparation des opinions ainsi que la règle donnant la priorité à une approche rationnelle de l'information plutôt que passionnelle. Ces évolutions ont ainsi fait naître l'idée qu'un « désordre informationnel » se déployait de façon anarchique, envahissante et irrépressible.

Dans ce cadre, se multiplient les termes génériques à visée générale utilisés par les acteurs qui sont impliqués à un titre ou un autre dans l'univers complexe des « fausses nouvelles » la « mésinformation » et la « désinformation ». Pourtant, force est de constater que les professionnels de l'information

(producteurs, diffuseurs, utilisateurs), les politistes, les sociologues, les essayistes, etc., en explorant chacun avec leur propre terminologie et cadre conceptuel les territoires qui ne cessent d'être conquis par les « entrepreneurs de la fausse information », enrichissent certes le débat, mais rendent également plus difficiles une compréhension commune et une action concertée contre ce désordre.

Cette profusion sémantique, bien que souvent utilisée pour affiner les distinctions entre les différentes pratiques et leurs impacts, contribue cependant à entretenir la confusion et à favoriser ce désordre et ceux qui, en tirant profit, ont intérêt à sa perpétuation, en complexifiant les efforts pour identifier, classer et combattre les fausses informations.

Tenter de lutter contre le développement du désordre informationnel ou s'attacher à le réduire suppose, dans ce domaine comme dans tous ceux où la vérité et l'objectivité sont en jeu, de disposer de catégories de pensée et d'analyse pertinentes et stables et les plus éloignées possible du jugement moral *a priori*. Cela signifie qu'il faut d'abord s'accorder sur des définitions précises des termes clés les plus adéquates possibles aux mécanismes psychosociaux en cause, puis développer des outils et des stratégies basés sur ces concepts unifiés. Sans un tel cadre commun, les efforts pour réduire l'impact des fausses informations risquent de rester fragmentés et inefficaces.

L'objectif ultime doit être d'améliorer la compréhension collective du phénomène afin de développer des réponses adéquates et cohérentes qui protègent la vérité et l'objectivité dans l'espace public. Et pour cela, s'attacher à se libérer d'une posture seulement dénonciatrice de la période actuelle pour la concevoir comme une période de transition débouchant sur un nouvel ordre informationnel nécessitant pour être pensé des approches renouvelées.

C'est à cet effort que s'attache cet article. Il vise d'abord à éclairer les principaux concepts et outils qui sont aujourd'hui à la disposition des journalistes pour lutter contre ce « désordre de l'information ». Au centre de ceux-ci se trouvent naturellement les différentes modalités de « fact-checking ». Il rappelle que l'analyse de ce « désordre de l'information » ne saurait se limiter à la production de fausses informations, sauf

à donner complet crédit aux théories qui considèrent que les personnes à qui sont destinées ces informations, les récepteurs » – lecteurs de journaux, auditeurs, téléspectateurs, selon les formats classiques ou numérisés – les dénotent et les interprètent passivement en leur donnant le sens que l'émetteur a voulu leur donner selon le modèle de la « seringue hypodermique » (Lasswell, 1971) (ou théorie du « Magic Bullet »). Tout un courant d'analyse, notamment inspiré par les travaux des « Cultural Studies » sur l'information Hall (1994), notamment, celui de la « réception » (Le Grignou, 2003 ; Esquenazi, 2009) en ont montré et les naïvetés et les conséquences.

Cet article souhaite montrer que, dans cette veine d'analyse, les nouvelles approches fondées sur les sciences comportementales qui sont parvenues à identifier et analyser les « biais cognitifs » ancrés dans le fonctionnement même du cerveau humain et dépendant des pratiques et moyens d'information, pouvant amener les individus à accepter et à diffuser des informations erronées, sans examen critique ni remise en question, ont contribué de façon décisive à une meilleure compréhension de ce « désordre de l'information », notamment à « l'ère numérique » (Bronner, 2022). Elles inspirent de nouveaux moyens de lutte contre ce chaos par la voie de l'Éducation aux Médias et à l'Information (EMI) et de nouvelles pistes de recherche pour une meilleure connaissance de ce phénomène.

## **1. Les acteurs du désordre de l'information et ses formes principales**

Une observation immédiatement empirique montre que divers acteurs interviennent dans le « désordre de l'information » pour manipuler, déformer ou diffuser des informations trompeuses selon des modalités distinctes.

### **1.1. Les « entrepreneurs types » du désordre de l'information**

Les approches classiques de la désinformation distinguent quatre principaux « idéaux-types » (selon la méthodologie de Marx Weber, 1904) d'acteurs directement impliqués dans la désinformation.

### **1.1.1. Les agents involontaires.**

Ils diffusent ou produisent des fausses informations sans en être conscients, en raison de leur manque de compétences ou par négligence. Entrent aussi dans cette catégorie, ceux que l'on pourrait désigner comme leurs « complices involontaires » qui contestent ou relativisent la notion de « fausses (et donc de vraies) informations ». Même s'ils se réclament de la théorie de la « Post-vérité » aux contours et à la consistance très incertains et donc très instrumentalisables depuis la « French theory » dont Foucault (2009) est érigé bien malgré lui en père fondateur jusqu'au « Wokisme » actuel et la remise en cause par certains courants d'une possible neutralité axiologique et donc objectivité des sciences sociales.

### **1.1.2. Les perturbateurs délibérés**

Ce groupe est conscient de produire de fausses informations avec l'objectif de créer du désordre dans l'espace informationnel, surtout en suscitant des réactions émotionnelles irrationnelles (il en existe de rationnelles) propres à orienter des comportements ou à capter une clientèle.

### **1.1.3. Les militants**

Ils produisent des informations biaisées ou trompeuses pour promouvoir une cause particulière. Ils sont souvent motivés par des convictions politiques, sociales ou idéologiques, sans arrières pensées mercantiles ou professionnelles.

### **1.1.4. Les opportunistes**

Ceux-ci utilisent les fausses informations en circulation, sans en être à l'origine, dès lors qu'elles servent leurs intérêts économiques, politiques ou personnels. Avec ces figures classiques de l'information frelatée a surgi, avec force dans la période récente, un nouvel acteur qui tend à dominer la scène de l'information pour lui donner l'allure d'un chaos « psychotique » : le « complotiste ». Il présente et interprète toute information comme une dénonciation des agissements d'un acteur organisé, centralisé, conscient et tout puissant.

Cette catégorisation simple mais primordiale est fondée sur le degré de conscience que les « acteurs types » ont du caractère fallacieux des informations qu'ils produisent ou diffusent et les objectifs qu'ils visent. Elle a le mérite, un peu paradoxal, de ne pas distinguer en une catégorie particulière le « journaliste

professionnel » supposé « à part », car protégé du désordre de l'information et immunisé contre les *fake news* par les règles techniques et les principes éthiques qui lui ont été inculqués lors de sa formation. Si, certes, il ne peut être confondu avec les spécialistes de la communication militante (propagande) ou commerciale (publicité), les promoteurs « post-modernes » des faits « alternatifs » et enfin les créateurs d'informations mensongères délibérément malveillantes, il n'est pas à l'abri d'emblée de participer, malgré lui, à ces formes d'intervention type ci-dessus définies dans le monde de l'information désordonnée.

## 1.2. Diversité des concepts et des usages de la désinformation à la « post-vérité »

Ce désordre de l'information renvoie à une diversité es concepts aux contenus et usages variés, tels que la désinformation, la mésinformation, l'information malveillante, les « fake news », le « bullshit », le « hoax », l'« intox », l'« infox », la « post-vérité », et la « propagande ».

Tableau 1 : Cartographie des distorsions informationnelles

<b>Désinformation</b>	Information simplement fausse et visant à nuire de manière intentionnelle.
<b>Mésinformation</b>	Diffusion inopportune d'une information erronée que l'émetteur pense vraie et non destinée à nuire.
<b>Information malveillante</b> ou <b>malinformation</b>	Information vraie (souvent) d'ordre privé, dont l'objectif est de nuire une à personne, une organisation ou un pays.
<i>Fake news</i>	Information « journalisée » dénaturée, produite avec des règles du journalisme traditionnel et destinée à induire en erreur l'opinion.
<b>Bullshit</b>	Propos futile et erroné, une « baliverne ».
<b>Intox</b>	Diminutif d'intoxication signifie <i>Fake news</i> en anglais, désigne une forme de désinformation qui vise à intoxiquer l'opinion par la diffusion d'informations partisans et souvent mensongères pour atténuer la critique.
<b>Hoax</b>	Canular en anglais, information mensongère publiée sur les réseaux sociaux destinée à susciter l'indignation, l'approbation ou l'inquiétude dans le but de nuire une personne ou une institution.
<b>Propagande</b>	Information partielle, plus ou moins vraie ou fausse, utilisée dans un discours politique pour répandre une idéologie en influant sur la perception de l'opinion publique
<b>Information truquée</b>	« Information fabriquée et publiée sciemment dans le but de tromper et d'inciter un tiers à croire à des mensonges ou à mettre en doute des faits vérifiables » selon le Réseau du journalisme éthique (EJN).
<b>« Post-vérité » ou « Post-truth »</b>	Courant de pensée qui prend son origine dans la philosophie française des années 70 « French theory » et qui met en cause la pertinence de la notion de vérité et lui substitue les notions « représentation », véridicité ou « régime de vérité ».

Source : Tiercelin (2023) ; Wieviorka (2017).

Beaucoup de ces notions sont proches et recouvrent des réalités voisines. Dans cet ensemble, les *Fake news* occupent une position centrale. Elles se présentent sous les traits de l'information professionnelle produite par les journalistes et donc implicitement élaborée et délibérément présentée selon les standards qui les protègent de toutes les apparences ordinaires de la fausseté ; c'est-à-dire celles contre lesquelles le récepteur dispose d'outils de détection pratique courants (voir ci-dessous la schématisation des mécanismes cognitifs).

## 2. Repenser le *fact-checking* à l'ère numérique

Le métier de journaliste est profondément déstabilisé par toutes ces formes de désordre de l'information. Mais si le développement de la numérisation de la société a permis une expansion sans précédent de ces désordres, il a aussi donné à la profession des moyens plus efficaces de lutter contre celui-ci augmentant, par l'application des techniques de numérisation, l'efficacité du *fact-checking*. Cette dernière notion est essentielle. Il faut toutefois en bien distinguer deux modalités : le « *fact-checking* pour les autres » du « *fact-checking* pour soi ». Le « *fact-checking* pour les autres » consiste à repérer les fausses nouvelles et à les dénoncer publiquement pour informer et protéger les récepteurs. En revanche, le « *fact-checking* pour soi », que Bigot (2019) qualifie « d'ancien *fact-checking* », désigne la vérification des faits réalisée par les journalistes eux-mêmes, dans le but d'améliorer la qualité de leur propre information avant de la diffuser. La première est transitive, la seconde réflexive.

### 2.1. Le *Watchdog journalism* à l'ère du numérique

Le « *fact-checking* pour les autres » s'est traduit par l'émergence d'un nouveau domaine d'investigation journalistique : la dénonciation des contre-vérités dites par les politiques ou d'autres personnages publics, le *Watchdog journalism*. Il consiste notamment dans des rubriques spécifiques confiées à des spécialistes du « dépistage de contrevérités » (Bigot, 2019). Ces dénonciations s'accompagnent souvent d'une analyse des stratégies utilisées par les émetteurs d'information pour donner à ces contre-vérités l'apparence du vrai. Un exemple emblématique est

l'émission « Arrêt sur image », initialement diffusée sur France 5, puis poursuivie en ligne avec un succès constant. Ce *Watchdog journalism* se veut une contribution essentielle à l'EMI par la mise au jour des mécanismes cachés de la « mésinformation » et l'apprentissage du public à les détecter et s'en prémunir. Il s'appuie aujourd'hui sur de nouveaux outils de vérification qui en renforcent l'efficacité.

## 2.2. Les nouveaux outils du *Fact-checking*

Si le désordre de l'information n'est pas acceptable dans ses conclusions les plus radicales, il pointe cependant une difficulté réelle : celle de définir précisément le contenu et les critères de la vérité des faits afin de sauvegarder la liberté d'expression et de ne pas céder à une intempestive police des idées et opinions. Le recours transparent aux méthodes et outils de caractère scientifique qui permettent de s'approcher au plus près de l'objectivité des faits et de l'impartialité des opinions est un puissant antidote à ce risque. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont permis de routiniser ce travail pour les journalistes et ont permis de renouveler les méthodes du « fact-checking pour soi » et d'accroître leur efficacité. Le tableau ci-dessous présente les principaux dispositifs de vérification utilisés dans ce contexte.

Tableau 2 : Technologies et dispositifs de fact-checking

Dispositifs	Descriptifs	Objectifs
<b>Fact-checking automatisé</b>	Vérification des faits, des statistiques, des discours politiques et des déclarations des personnalités publiques et des experts diffusés dans les médias et les réseaux sociaux.	Évaluer la véracité des informations de façon automatique.
<b>Debunking (démystification)</b> Il est certifié par l'International Fact-checking Network, réseau international de médias spécialisés dans la vérification des faits.	Décrypter les fausses images, détecter les erreurs, les mensonges et dépouiller les rumeurs et les <i>fakes news</i> sur les médias sociaux, répondre aux questions du public.	Vérifier l'authenticité des images et des vidéos.
<b>Machine Learning</b>	Analyses comportementales et outils de traitement automatique des langues.	Repérer la désinformation, la manipulation, les attaques cybercriminelles et les théories complotistes des médias sociaux.
<b>Truth-Teller</b>	Vérification automatique du discours politique.	Obtenir de précisions sur le discours politique ; mettre en cohérence les assertions repérées dans le discours avec une base de données alimentée en amont par les journalistes de la rédaction (Washington Post pour les présidentielles de 2016).

<b>Thruh Goggles</b>	Détection des phrases fact-checkées visibles sur le net.	Créer une base de données qui compile les productions des sites de <i>fact-checking</i> (extension du navigateur Google en 2014).
<b>ClaimBuster</b>	Reconnaissance vocale et traitement automatique du langage naturel ; comparaison des discours à une banque de données.	Proposer des fenêtres contextuelles qui apparaissent en fonction des informations dans les pages Web consultées.
<b>Factoscope</b>	Compilation des articles de <i>fact-checking</i> et des fact-checkeurs.	Permettre aux internautes de retrouver grâce à des filtres et des mots-clés si l'information est vérifiée, si elle est vraie ou fausse. (IPJ de Tours)
<b>CroosCheck</b>	Fact-checking participatif.	Permettre aux journalistes et aux citoyens de proposer des articles à fact-checker aux rédactions membres ; assainir l'accès à l'information.
<b>Snopex, FactCheck.org, Politifact</b>	Outils en ligne de vérification des faits.	Obtenir des informations complémentaires.

Source: Bigot (2019).

Cette automatisation du *fact-checking* en cours de développement, peut être enrichie en la combinant avec les initiatives participatives et collaboratives mises en place par certains médias. Ces approches permettent d'impliquer le public dans le processus de vérification, renforçant ainsi la rigueur et la transparence du travail journalistique tout en encourageant une plus grande vigilance collective face au désordre de l'information, utile propédeutique à l'EMI.

Pour lutter efficacement contre la désinformation, les journalistes disposent aujourd'hui de nouveaux outils technologiques et méthodologiques. Ces outils, qu'ils soient maintenant basés sur l'intelligence artificielle, les données massives (big data), ou les plateformes de vérification des faits, sont de plus en plus puissants. Ils ne peuvent plus plaider l'ignorance et l'inégalité des armes. Mais ils se heurtent à des mécanismes psychologiques de réception de l'information qui peuvent rendre vains leurs efforts. Et c'est là que l'identification du rôle des « biais cognitifs » dans le désordre de l'information devient un enjeu décisif de la transition à un nouveau « régime informationnel » équilibré.

### **2.3. Lutter contre les biais cognitifs qui favorisent le désordre de l'information**

Dans un monde où l'information circule à une vitesse sans précédent, hors des normes antérieures, il devient crucial de comprendre les mécanismes psychologiques qui influencent notre perception et notre traitement de cette information et

favorisent sa manipulation. Les biais cognitifs, ces distorsions systématiques de la pensée humaine, jouent un rôle majeur dans la manière dont nous interprétons, filtrons et partageons l'information. Ils peuvent du même coup, contribuer à alimenter le désordre informationnel devenu de plus en plus chaotique, car déformant la réalité, amplifiant de fausses croyances ou facilitant la propagation de désinformations.

Ces biais, bien qu'intrinsèques à notre fonctionnement mental, peuvent entraîner des conséquences désastreuses dans le contexte actuel d'abondance informationnelle, si on les méconnaît. Par exemple, le biais de confirmation, le plus connu et populaire, nous pousse à ne rechercher et à ne prêter attention qu'aux informations qui confirment nos croyances préexistantes, tandis que l'effet de cadrage peut nous amener à tirer des conclusions différentes d'une information en fonction de la manière dont elle est présentée.

### **3. Quand neurosciences et psychologie éclairent nos erreurs de jugement**

Les mécanismes spontanés du « penser de travers » humain, c'est-à-dire la tendance naturelle à adopter des points de vue erronés sans les remettre en question, sont heureusement désormais mieux compris grâce aux avancées de la recherche en neurosciences et en psychologie comportementale. Ces biais se répartissent en trois grandes catégories : « cognitifs, affectifs et d'intérêts ».

*Les biais cognitifs* sont liés aux limitations inhérentes au cerveau humain dans le traitement de l'information qui conduisent à des raccourcis mentaux (ou heuristiques) qui, bien que souvent utiles, peuvent aussi mener à des erreurs de jugement. *Les biais affectifs* concernent l'influence des émotions sur le raisonnement. Les individus sont plus enclins à prendre en considération des informations qui résonnent émotionnellement avec eux, même si elles sont fausses ou trompeuses et à croire celles qui leur apportent le plus de satisfaction ou de plaisir, voire le moins de déplaisir. *Les biais d'intérêts* sont liés aux intérêts personnels ou sociaux d'un individu. Les gens peuvent être enclins à accepter des informations qui servent leurs intérêts ou renforcent ce que l'approche psychosociale nomme leur « identité sociale »,

indépendamment de tout examen rationalisé de la véracité de ces informations.

Les tableaux suivants dressent une liste complète des biais aujourd’hui identifiés dans chaque catégorie.

Tableau 3 : Les mécanismes des biais cognitifs : entre systématisme, contexte et impacts sur la pensée

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ne font pas intervenir, la volonté, ni la conscience ; ne sont pas expliqués par un « choix délibéré de mal penser » ;</li> <li>• Conduisent à des erreurs (« la pensée se fourvoie et débouche sur une conclusion incomplète, illogique, incomplète, inadaptée, voire carrément erronée... »...qui entraînent des réponses comportementales inadéquates » ;</li> <li>• Présentent un caractère systématique et routinier ;</li> <li>• Sont contraires à des mécanismes cognitifs explicites non biaisés ;</li> <li>• Peuvent être rationnels d’un point de vue pragmatique (économie comportementale selon un critère coût et profit de la sous optimalité cognitive due à une avarice cognitive ;</li> <li>• Peuvent se combiner (exemple le complotisme) ;</li> <li>• Dépendent de la situation et du contexte.</li> </ul>	
Biais de confirmation	Recherche de la « consonnance cognitive » (ce qui est conforme aux savoirs constitués) et fuite devant la « dissonance cognitive » (ce qui remet en cause ces savoirs) ; recherche de « l’équilibre cognitif ».
Biais de confusion corrélation et causalité	Considère que de deux événements qui se produisent régulièrement ensemble à des dates proches, celui qui est antérieur est la cause de celui qui lui est postérieur.
Biais du déterminisme absolu	Refus du hasard et de l’absence de cause (alea) ou de finalité (facticité).
Biais d’ancrage	Évaluation une situation en référence à l’un de ses éléments particuliers (non nécessairement le plus caractéristiques).
Biais d’inférence à partir de catégorie	Extrapolé une caractéristique personnelle <b>b</b> (appartenance à un ensemble d’individus qui ont cette caractéristique <b>b</b> ) à partir d’une autre caractéristique <b>a</b> (appartenance à un ensemble d’individus qui ont cette caractéristique <b>a</b> ) corrélée à <b>b</b> .
Biais d’intentionnalité	Considère que tout acte humain procède d’une volonté consciente et pleinement informée de toutes ses conséquences et est commandée par une ou plusieurs de ces conséquences.
Biais de concertation	Considère que tout événement, sans exception, procède d’une conjonction d’actes humains toujours et nécessairement délibérés et concertés (refus de la « main invisible du marché » d’A. Smith ou de « l’orchestration sans chef d’orchestre » de P. Bourdieu ». Entre dans ce cadre l’interprétation d’une objection comme 1) existence d’un complot ; 2) participation de l’objecteur au complot.
Biais d’ignorance	Insuffisance des informations connues et des mécanismes de pensée acquis
Biais de surestimation de ses compétences et de ses capacités due à ses incompétences et à l’insuffisance de ses capacités (Effet Dunning-Kruger) (ultracépéridarianisme)	Refus d’accorder légitimité à la spécialisation du savoir et contestation du pouvoir que donne ce savoir.
Biais de complaisance de réception des interprétations d’autrui (charité interprétative ; crédulité conversationnelle) / Biais de méfiance de réception des interprétations d’autrui (incrédulité interprétative.	Surestimation/(sous-estimation) systématique par le récepteur d’information des compétences cognitives et des connaissances de l’émetteur parce qu’elles sont difficiles à évaluer ou en raison de mécanisme psychologiques ou sociaux de sous-estimation/surestimation de soi.

Source : Romainville (2013).

Tableau 4 : Les biais affectifs dans la quête de réconfort et de sens par les émotions

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche d'un meilleur équilibre émotionnel par-delà les enseignements de la raison</li> <li>• Amplifient en général les biais cognitifs</li> </ul> Peut-être difficile de distinguer du biais cognitif	
(Biais de réconfort affectif notamment pour contenir l'angoisse propre au destin humain, à la condition humaine (des bases philosophiques éminentes : Kierkegard, Sartre, Camus, ...) ; adoption de vue consolatrice (religieuse ou philosophique ou personnelle)	Recherche de la satisfaction affective produite par une opinion (ou prédiction) Fuite de l'idée (ou aversion à) de néant <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Peur du chaos</li> <li>○ Peur de la facticité</li> <li>○ Peur de l'absurde</li> <li>○ Peur de l'anonymat</li> <li>○ Fuite de l'incertitude</li> </ul>
Biais de proximité (ou de potentialité identificatoire)	Sensibilité aux conditions d'empathie (objet concret plus qu'abstrait ; proximité géographique, sociale etc...)
Biais du coût irrécupérable	Évitement de la peine affective produite par la reconnaissance de la fausseté d'une opinion
Biais de l'information nouvelle	Préférence pour l'information qui « saille », surprend, mobilise l'attention stimule le système affectif et émotionnelle et rompt l'ennui (scoop)
Biais narcissique	Préférence à l'information qui flatte l'ego ou permet de le mettre en valeur
Biais de distinction	Penchant pour l'information qui permet de renforcer l'image de soi (son identité)
Biais de surévaluation des risques	Aversion « naturelle » (éventuellement dans un processus d'évolution) au risque (assimilée à un instinct de préservation par Darwin) – préférence pour l'information alarmiste. Fuite devant le danger. Le danger peut être imaginaire.

Source : Dieguez (2018).

Tableau 5 : Les biais idéologiques et de parti-pris : la mauvaise foi qui s'ignore

Biais idéologique	Préférence pour une information cohérente avec un cadre de penser global favorable à ses intérêts qui sert de référence et de critère de vérité
Biais de parti-pris individuel intériorisé	Préférer les visions, opinions et informations qui donnent un avantage à ses intérêts immédiats ou les protègent d'un péril dans la perspective d'un échange d'argument (virtuel, imaginaire ou probable ou en cours) dans le cadre d'une interaction à enjeu économique (non seulement symbolique, c'est-à-dire d'une pure disputation)

Source : Romainville (*Ibid*).

#### 4. L'amplification des biais cognitifs et de la désinformation à l'ère des réseaux sociaux

Les biais cognitifs qui suspendent le doute et l'analyse critique du récepteur et du transmetteur d'information, favorisant ainsi les « croyances crédules » ont toujours existé. Mais ils ont été portés à une échelle de développement nouvelle en raison des caractéristiques des médias sociaux qui sont de mieux en mieux identifiés, notamment lorsqu'ils sont délibérément exploités par des acteurs, politiques ou économiques, aux intentions malignes (DGI, 2017 ; Bronner, 2023). Parmi les caractéristiques

des médias sociaux qui amplifient ces biais, on peut citer :

- la vitesse (suppression du temps de réflexion) : la rapidité de diffusion des informations élimine le temps nécessaire à la réflexion critique ;
- l'abolition de la distance : les informations peuvent se propager instantanément à travers le globe, amplifiant leur impact ;
- la plateformisation : les échanges multilatéraux permettent à chacun de devenir à la fois émetteur et récepteur d'informations, créant un marché de l'information biface ;
- la facilité : la simplicité d'utilisation, avec des clics rapides et une interface conviviale, ainsi que les interventions de *Trolls*, facilite la diffusion des informations ;
- l'automatisme (tyrannie de la minorité motivée : usine à Troll) : les algorithmes favorisent les contenus polarisants et les comportements malveillants, en réduisant les coûts associés à la propagation de la désinformation ;
- l'anonymat et la virtualisation (inhibition digitale) : l'anonymat en ligne inhibe la responsabilité individuelle et favorise la diffusion de discours nuisibles ;
- l'absence de sanction : le manque de régulation et de conséquences pour les comportements malveillants sur les plateformes sociales encourage la désinformation ;
- le ciblage : les bulles filtrantes maximisent l'adaptation de l'émission à la réception et adaptent les informations à chaque utilisateur, renforçant les croyances existantes et créant des tribus de pensée.

On sait que des spécialistes tels que les informaticiens, sondeurs et experts en Big Data, sont devenus experts dans l'usage de ces caractéristiques propres aux médias sociaux pour exploiter le plus intensément possible les « biais cognitifs » inhérents au fonctionnement de l'esprit de l'homme. Ils produisent les algorithmes qui permettent à leurs leaders d'influencer l'opinion publique en utilisant des émotions et des informations trompeuses. Dans le domaine spécifiquement politique, Le rôle de ces conseillers politiques occultes est de faire usage des techniques numériques pour exploiter les colères et les ressentiments des citoyens qui se sentent oubliés par la société.

On sait aussi que l'Intelligence Artificielle (IA) porte à leur paroxysme les menaces que font planer ces entrepreneurs de l'influence sur le libre arbitre de l'homme en mettant à leur disposition des logiciels de création de ces logiciels d'exploitation des « biais cognitifs ». Mais sait-on neutraliser leur nuisible puissance sans bloquer les développements utiles de ces avancées technologiques hors de toute surrégulation voire interdiction ?

## **5. La lutte contre les biais cognitifs : la métacognition au service de l'EMI**

Avec l'amélioration des connaissances empiriques et théoriques des « biais cognitifs » par les neurosciences s'est parallèlement développée la connaissance des mécanismes mentaux qui les favorisent et avec celle-ci, bien sûr, les techniques d'apprentissage qui peuvent sinon les annihiler, au moins les réduire. Elles reposent sur le principe fondamental de la pédagogie par la métacognition.

### **5.1. Principe de la pédagogie par métacognition**

Il repose sur l'idée que réfléchir sur ses propres processus de pensée peut améliorer la qualité de la réflexion et de la prise de décision. Cette approche vise à rendre les individus conscients de leurs biais cognitifs et à les aider à les gérer de manière plus efficace. Elle est fondée sur la structuration en trois niveaux du processus de pensée.

#### **5.1.1. Niveau 1 : La pensée automatique**

C'est le niveau le plus basique, où les décisions et les jugements sont effectués de manière rapide et instinctive. Ce niveau implique l'utilisation de moyens heuristiques et de biais cognitifs pour accélérer la prise de décision. Par exemple, lorsqu'on est confronté à une tâche familière ou simple, on se fie souvent à notre intuition sans réflexion approfondie.

#### **5.1.2. Niveau 2 : La réflexion consciente**

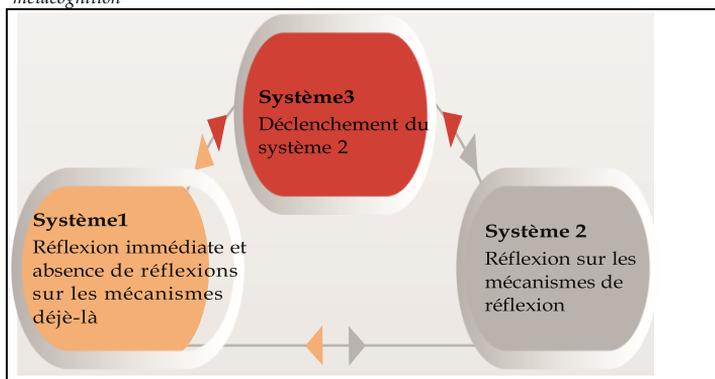
À ce niveau, l'individu prend le temps de réfléchir de manière plus délibérée et analytique. Cela implique une prise de conscience des processus cognitifs en cours et une évaluation plus approfondie des informations disponibles.

### 5.1.3. Niveau 3 : La régulation métacognitive

Ce niveau est centré sur la gestion et la régulation active de ses propres processus de pensée. Il implique une réflexion sur la manière dont on pense, sur les stratégies utilisées et sur l'efficacité de ces stratégies.

À ces trois niveaux correspondent trois systèmes et mécanismes cérébraux bien identifiés.

Figure : Le schéma de fonctionnement cérébral dans la cognition à la base de l'EMI par la métacognition



Source : d'après Houdé O. (2019), *L'intelligence humaine n'est pas un algorithme*, Paris, Odile Jacob.

## 5.2. Systèmes de pensée : comprendre et réguler nos processus cognitifs

Les systèmes de pensée sont des cadres mentaux à travers lesquels nous percevons, interprétons et réagissons au monde qui nous entoure. Ces systèmes influencent la manière dont nous prenons des décisions, résolvons des problèmes et interagissons avec les autres. Pour comprendre et réguler nos processus cognitifs, il est essentiel de bien savoir comment ces systèmes fonctionnent et comment ils peuvent être influencés ou modifiés.

### 5.2.1. Système 1 : Pensée rapide et intuitive

Ce système fonctionne de manière automatique, peu énergivore et quasi réflexe. Les réponses sont générées presque instantanément sans effort conscient. Ce mode de pensée est extrêmement efficace dans des situations courantes ou familières, où la rapidité d'exécution est essentielle. Cependant, il est sujet à des erreurs systématiques - origines des « biais cognitifs » - en raison de son recours pratique à des simplifications et des jugements rapides.

### **5.2.2. Système 2 : Pensée réfléchie et analytique**

Ce système de pensée est plus lent, réfléchi, et exige plus d'effort cognitif. Il est utilisé pour des tâches complexes qui nécessitent une attention et une analyse approfondies. Contrairement au **Système 1**, les informations sont ici analysées de manière détaillée, avec une possibilité d'ajuster les mécanismes cognitifs en réponse à de nouveaux inputs ou à des processus de réflexion plus élaborés. Ce système implique également une réflexion consciente sur les processus de pensée eux-mêmes, permettant de remettre en question les intuitions et les jugements rapides. Il est de nature théorique, avec une efficacité pratique souvent différée. Grâce à son approche critique et à son analyse minutieuse, il est moins exposé aux « biais cognitifs », car il permet une évaluation critique et une prise en compte plus complète des informations. Toutefois, il est plus lent et demande plus d'effort cognitif.

### **5.2.3. Système 3. Régulation métacognitive**

Ce système représente le niveau supérieur de réflexion du cerveau où se régulent de manière consciente et approfondie les processus cognitifs des systèmes 1 et 2. Il se concentre sur la réflexion sur ses propres mécanismes de pensée, permettant d'adapter et d'affiner les stratégies cognitives. En engageant une réflexion sur la manière dont nous pensons, il permet d'améliorer la qualité des décisions en identifiant et en corrigeant les erreurs potentielles. Cette régulation proactive aide à gérer les biais cognitifs en intervenant directement sur les processus mentaux, ce qui conduit à une prise de décision plus éclairée. De plus, il favorise l'amélioration continue des stratégies cognitives en ajustant ces processus en fonction de la réflexion critique et de l'expérience accumulée. Ce niveau de régulation est essentiel pour optimiser la pensée à long terme et pour minimiser les erreurs dues à des jugements automatiques ou des analyses superficielles.

Ces analyses permettent de mieux comprendre comment la numérisation de la société et de l'information contribuent au développement du désordre de l'information

### 5.3. Les mécanismes cognitifs par lesquels la numérisation amplifie la production et la diffusion de *fake news*

La numérisation intervient aux trois niveaux de la cognition selon des mécanismes spécifiques :

- **Annihilation et paralysie du Système 3** : La surcharge d'informations disponible sur Internet peut mener à une paralysie cognitive du système 3, empêchant une régulation efficace des processus mentaux. Les individus peuvent se sentir submergés, ce qui rend difficile l'organisation et la gestion de leurs pensées.
- **Impact sur le Système 1 et le Système 2** : Internet favorise souvent des réponses rapides et instinctives (**système 1**) en raison de l'accès instantané à des informations. Cela peut entraîner des jugements basés sur des heuristiques sans une analyse approfondie. Par ailleurs, la dispersion des informations et les biais algorithmiques peuvent perturber la réflexion analytique (**système 2**), en renforçant des idées préexistantes ou en fournissant des informations biaisées.

#### 5.3.1. Le principe de l'EMI par la métacognition

Les nouvelles méthodes d'EMI s'appuient sur ces nouvelles connaissances des sciences cognitives pour mieux armer les récepteurs (et aussi les producteurs) contre les biais cognitifs et leur amplification par la numérisation. Elles reposent sur l'idée que les individus doivent devenir conscients de leurs propres processus de pensée, et sur le principe qu'ils doivent apprendre à évaluer et ajuster leurs stratégies de réflexion pour mieux gérer les informations et les biais, en tirant profit des points forts de chaque système tout en atténuant leurs faiblesses. Ce pilotage de la cognition est appelé métacognition.

#### 5.3.2. Les méthodes de l'EMI par la métacognition

Les sciences cognitives elles-mêmes suggèrent évidemment que la connaissance théorique des biais cognitifs et des mécanismes qui les produisent ne suffisent pas à les éliminer, l'appréhension de ces biais cognitifs ne pouvant elle-même être à l'abri des biais cognitifs. C'est en intégrant dans le mécanisme

cognitif lui-même par l'apprentissage de mécanismes spécifiques pratiques que les biais cognitifs peuvent être réduits et leurs effets minimisés.

La méthode ne saurait ainsi être enseignée de façon abstraite, bien qu'elle vise à améliorer les processus de pensée généraux et qu'elle ait un caractère « transversal » et principal. Son apprentissage doit être ancré dans des domaines de pensée précis, comme les disciplines scolaires à l'école, et s'appuyer sur l'examen de cas concrets, qu'ils soient historiques ou spécialement construits pour une pédagogie efficace. Cette règle, déjà conseillée pour les autres méthodes d'enseignement, est plus difficile à mettre en œuvre dans le cas de la métacognition en raison de sa généralité. Ces circonstances la rendent aussi, et du même coup, plus impérative. A cause des « biais affectifs », il est crucial de pratiquer l'apprentissage sur des objets les plus neutres possibles émotionnellement et idéologiquement. Cela permet d'instaurer un climat de réflexion propice qui bannit le sarcasme et le dogmatisme, fondé sur la tolérance et la conscience aigüe que toute pensée est la proie des « biais cognitifs », la plus savante soit-elle, la plus prévenue soit-elle, la plus consciente d'elle-même soit-elle. Il ne s'agit pas de chercher à installer ex-nihilo une pensée scientifique dans l'esprit des récepteurs d'information mais de modifier progressivement leurs processus de pensée courants en les améliorant par la réduction pratique et routinière des « biais cognitifs ». Il faut partir du « déjà-la » mental, de la pensée spontanée (la doxa), pour à partir d'elle et par ses moyens déjà constitués, par un processus réflexif, la faire progresser dans le domaine de la rationalité. C'est refaire ainsi le chemin que les historiens de la science ont mis à jour dans le progrès de l'esprit scientifique.

Étant donné que les biais cognitifs sont souvent inconscients et automatiques, il est plus facile de les identifier et de les admettre en les observant chez les autres, ce qui indique l'importance de pratiquer la métacognition en groupe. Ce travail collectif permet de mieux détecter les biais et de comprendre leur caractère non intentionnel.

Enfin, la métacognition, bien qu'elle soit fondée sur le doute méthodique vis-à-vis de ses propres croyances et modes de

pensée, ne doit pas conduire à un relativisme radical, où tout est remis en question, y compris le doute lui-même : si je dois douter de tout, comment ne saurais-je aussi douter du doute lui-même ». Il faut donc instaurer à la place des croyances mises en doute des croyances moins susceptibles au doute. Les nombreux travaux relatifs aux manières de réduire biais cognitifs et de les maîtriser par la métacognition, apportent une abondance d'exemples et de cas pratiques inspirés de la psychologie comportementale.

Alors que la lutte contre le désordre de l'information cherche encore ses marques, de nouveaux problèmes défient à la profession bousculée par le développement de l'intelligence artificielle et la promotion du « journalisme automatisé ». Il devient impératif pour les professionnels de s'adapter à ces nouvelles réalités, en renforçant leur engagement envers l'exactitude, et la transparence dans le traitement de l'information. Seule une approche réfléchie et proactive permettra de relever ces défis tout en préservant l'intégrité du journalisme face aux évolutions technologiques rapides. Mais aujourd'hui comme hier, elle ne saurait avoir d'autre viatique que l'éthique.

## **Conclusion**

C'est maintenant un lieu commun que l'émergence des médias sociaux a profondément bouleversé le paysage de l'information, remettant en question les fondements traditionnels du journalisme et transformant radicalement la manière dont les individus accèdent, partagent et perçoivent les nouvelles. L'introduction de nouveaux acteurs, de techniques inédites et de pratiques de réception renouvelées a incontestablement perturbé l'équilibre du champ médiatique, dévalorisant les principes d'objectivité et de séparation entre faits et opinions au profit d'une approche plus émotionnelle. Cette évolution a engendré nombre de débats sur les moyens d'y faire obstacle. Une dimension cruciale de ce désordre nous semble avoir été cependant sous-explorée par les recherches actuelles : celle des « biais cognitifs » qui entravent le doute méthodique et l'analyse critique, facilitant ainsi la propagation de croyances erronées. En exploitant

intensivement ces biais, des acteurs, qu'ils soient politiques ou économiques, tirent impunément et souvent sans scrupules parti des caractéristiques des médias sociaux pour manipuler l'information à grande échelle.

Cette étude s'est attachée à mettre en lumière les transformations induites par les médias sociaux sur le désordre informationnel, en se concentrant sur les mécanismes neuroscientifiques et les biais cognitifs qui favorisent la propagation des *fake news* et du complotisme. En identifiant les facteurs psychosociaux qui poussent les individus à adopter des points de vue sans examen critique, cette recherche révèle comment ces biais rendent les utilisateurs vulnérables à la désinformation, les rendant ainsi complices involontaires de sa diffusion. Pour faire face à la recrudescence de la désinformation, le *fact-checking* se révèle être un outil crucial. Cependant, son efficacité repose en grande partie, comme une des conditions essentielles, sur l'éducation du public à une réception critique de l'information. Une éducation aux médias et à l'information (EMI) est donc indispensable pour renforcer les mécanismes cognitifs des individus et les aider à lutter contre leurs propres biais. Sans un tel effort éducatif, le *fact-checking* ne pourra pleinement contrer les processus mentaux qui façonnent les opinions et influencent la réception de l'information.

Ainsi, la lutte contre le désordre informationnel nécessite non seulement des outils de vérification des faits, mais aussi une éducation approfondie qui permette aux individus de développer une résistance cognitive face aux manipulations et aux biais, afin de préserver autant que faire se peut la valeur de vérité dans le cycle de l'information, y compris sa partie numérique.

## Bibliographie

- BIGOT, Laurent (2019). *Fact-checking vs fake news. Vérifier pour mieux informer*. Paris : INA.
- BRONNER, Gérald (2022). *Les lumières à l'ère numérique*. Paris : P.U.F.
- BRONNER, Gérald (2023). *Apocalypse cognitive*. Paris : P.U.F.
- DIEGUEZ, Sebastian (2018). *Total bullshit ! Au cœur de la post-vérité*. Paris : P.U.F.
- ESQUENAZI, Jean-Pierre (2009). *Sociologie des publics*. Paris : La Découverte.
- FOUCAULT, Michel (2009). *Le courage de la vérité. Le gouvernement de soi et des autres II. Cours au Collège de France (1983-1984)*. Paris : Gallimard/Seuil.
- HALL, Stuart (1994). Codage/décodage. In *Réseaux*, vol. 68, n° 6, 27-39.
- HOUDE, Olivier (2019). *L'Intelligence humaine n'est pas un algorithme*. Paris : Odile Jacob.
- LASSWELL, Harold Dwight (1971). *Technique de propagande pendant la Première Guerre mondiale*. Cambridge : Massachusetts : MIT Press.
- LE GRIGNOU, Brigitte (2003). *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*. Paris : Éd. Economica, coll. « Études politiques ».
- Rapport du Conseil de l'Europe DGI (2017). *Les désordres de l'information : vers un cadre interdisciplinaire pour la recherche et l'élaboration des politiques*. <[www.coe.int](http://www.coe.int) [consulté le 10 décembre 2020]>.
- ROMAINVILLE, Marc (2013). *À l'école du doute. Apprendre juste en découvrant pourquoi l'on pense faux*. Paris : P.U.F.
- TIERCELIN, Claudine (2023). *La Post-vérité ou le dégoût du vrai*. Paris : Éditions Intervalles.
- VAN LOON, Marie (2018). Biais cognitifs (A). In Maxime KRISTANEK (dir.), *L'Encyclopédie philosophique*. <<https://encyclo-philos.fr/biais-cognitifs-a> [consulté le 10 février 2022]>.
- WEBER, Max (1904). L'objectivité de la connaissance dans les sciences et la politique sociales. In Max WEBER (1992), *Essais sur la théorie de la science* (pp. 117-201). Paris : Plon / Presses Pocket, Coll. « Agora ».
- WIEVIORKA, Michel (2017). Face à la « post-vérité et au « complotisme ». In *Socio*, 8, 81-96.











## Revue Africaine de Communication

La **Revue Africaine de Communication (RAC)**, qui s'adresse, entre autres, aux chercheurs, enseignants-chercheurs, doctorants et professionnels de l'information et de la communication, publie des articles inédits à caractère scientifique dans les domaines des sciences et des technologies de l'information et de la communication.

De plus, elle a pour principal objectif de contribuer, le plus largement possible, au développement des théories et des pratiques portant sur les sciences et les techniques de l'information et de la communication, mais aussi sur l'analyse du discours, le droit, l'éthique et la déontologie des médias. Les domaines de l'information et de la communication sont articulés à d'autres champs disciplinaires tels que les sciences politiques, l'économie, la géopolitique, l'éducation, la sociologie, l'anthropologie, la linguistique, l'analyse du discours, le management, le marketing et la culture dans sa diversité. La RAC, qui se veut un espace de dialogue interdisciplinaire, accepte aussi, dans sa partie Varia, des articles des autres disciplines dont l'intérêt pour le développement des sciences de l'information et de la communication, en particulier, le progrès scientifique, en général, est évident.

Ce numéro de la **Revue Africaine de Communication** se propose, entre autres, de mettre en lumière les singularités du changement organisationnel en Afrique en prenant en compte les dimensions épistémologique, communicationnelle, culturelle, gestionnaire, économique, politique, voire anthropologique.



**Centre d'Études des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI)**

[www.cesti-info.net](http://www.cesti-info.net)