

# Démocratie & médias

## Axe 2 : Repenser et faire vivre la démocratie

Les conditions du débat démocratique

→ La presse, liberté d'opinion et liberté d'expression

1. Ce qui pèse sur la fabrique de l'information
2. Ce qui pèse sur la réception
3. Les nouveaux régimes de l'information



# 1. Ce qui pèse sur la fabrique de l'info

## La liberté de la presse

La loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse (Légifrance)  
Liberté de la presse en France : quel cadre légal ? (Vie publique)

## Les textes de référence qui encadrent la profession de journaliste

la Charte d'éthique professionnelle des journalistes (1918)  
la Déclaration des droits et devoirs des journalistes, dite « Déclaration de Munich » (1971)  
la Charte d'éthique mondiale des journalistes de la Fédération internationale des journalistes (2019)

## Les organismes de contrôle

le Conseil de Déontologie Journalistique et de Médiation (CDJM, 2019)  
l'Autorité de Régulation de la Communication audiovisuelle et numérique (Arcom, 2022)

## Baromètre de la confiance des Français dans les médias (La Croix, 2026)

61% des Français pensent qu'il faut se méfier de ce que disent les médias sur les grands sujets d'actualité  
67% des sondés pensent que la concentration des médias est un problème pour la démocratie  
57% pensent qu'un média de confiance donne la priorité aux faits plutôt qu'aux opinions  
41% des sondés utilisent l'intelligence artificielle pour s'informer  
Le sentiment de fatigue informationnelle touche 47 % des sondés, en baisse de 4 points



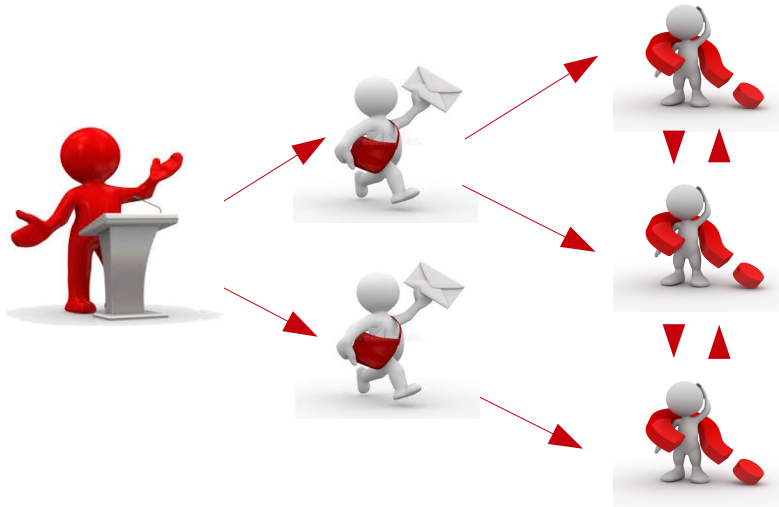
les raisons de la défiance ?

# Les effets persuasifs de la communication de masse

## ► Théorie de la communication à deux étages [École de Columbia, 1940-1960]

→ introduit les **réseaux sociaux** dans l'analyse des effets des médias (nuance le modèle de la seringue hypodermique)

- (1) il existe une « **sélectivité** » dans l'exposition et la perception des messages médiatiques
- (2) des « **leaders d'opinion** » jouent un rôle d'intermédiaires en filtrant les messages diffusés



## Paradigme des effets limités

facteurs qui jouent sur l'efficacité des médias à court terme

- le message renforce des attitudes et opinions déjà existantes
- le monopole des sources de diffusion
- le prestige de l'émetteur
- la non familiarité du public avec le contenu diffusé
- les opinions et intérêts du récepteur
- le réseau de relations interpersonnelles du récepteur

## ► Théories de l'Agenda Setting et des Framing Effects [McCombs & Shaw, 1972 - Lyengar, 1991]

→ postulent l'influence des médias sur l'établissement de l'**ordre du jour médiatique** et les **cadres de sens** effectués par les journalistes

les médias ne disent pas (seulement) ce qu'il faut penser mais **ce à quoi il faut penser** et **comment l'interpréter**

**hiérarchie** des sujets et des jugements de valeur qui imposent une interprétation des faits orientée  
rejoignent l'idée d'une **construction médiatique de la réalité sociale**

## ► Théorie de l'incubation (**Cultivation Theory**) [Gerbner, 1986]

→ s'attache au **rôle du flot et du symbolique** dans le formatage de notre perception du monde

« Le modèle répétitif des messages et des images produits en masse forme le courant dominant d'un environnement symbolique commun ».

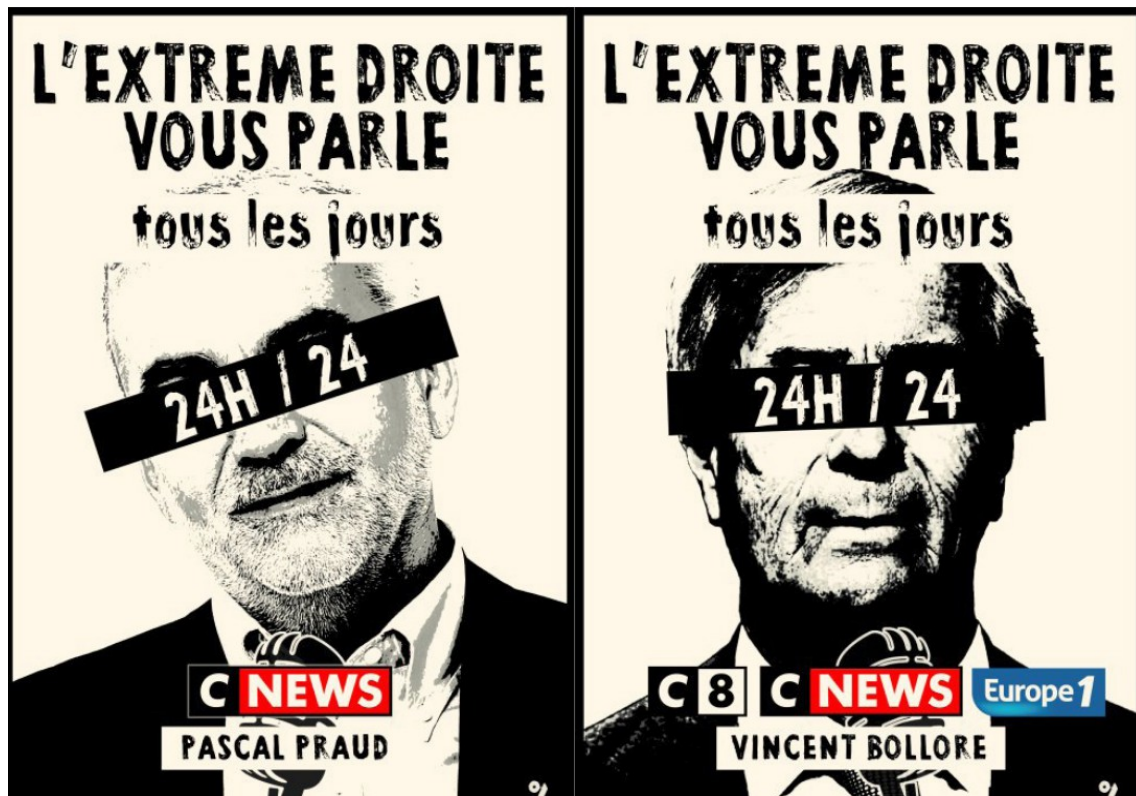
## ► Le concept d'hégémonie culturelle [Gramsci, 1927-1937]

→ part du postulat que les **luttons politiques** se jouent en grande partie dans les esprits, sur le « front culturel », celui de l'**idéologie**

Les médias de masse viennent en soutien du consensus dominant sans coercition directe mais par le biais d'une « naturalisation » de ce qui est présenté comme « tenu pour acquis ».



# Agenda politique & bataille culturelle : le cas Bolloré



« Appel à désarmer l'empire Bolloré »

→ **Bolloré, directeur de la propagande**

« Bolloré est en guerre pour l'hégémonie culturelle, la conquête des imaginaires et la fabrique du consentement au pire. »

**Le Monde (2025)**

→ **La galaxie des médias ultraconservateurs...  
La méthode Bolloré...**

**The conversation (2024)**

→ **La crise politique que nous vivons...**

« Cette « bollorisation » [des médias] passe aussi par un combat culturel, qui est à la fois une bataille lexicale et une bataille des imaginaires. Grâce aux effets de boucle qui se créent au sein des médias de Vincent Bolloré, le vocabulaire de l'extrême droite se trouve en effet banalisé et normalisé. »

**France TV : Complément d'enquête (2025)**

→ **Des infos ou désinfo ? La méthode Cnews**

POLITIQUE • EXTRÊME DROITE

## Comment l'extrême droite a repris le concept de « bataille culturelle »

Le « gramscisme de droite » vise à imposer ses mots pour remporter des victoires politiques. De l'aveu de ses concepteurs, il cache pourtant une forme de vide intellectuel.

Par Julie Carriat

Publié le 08 février 2026 à 06h30, modifié le 08 février 2026 à 12h09 · Lecture 6 min.

Une lutte politique et idéologique a lieu, avec des canaux médiatiques de plus en plus fournis, à la main de l'homme d'affaires Vincent Bolloré. De la chaîne de télévision CNews à la station de radio Europe 1 en passant par la maison d'édition Fayard et sa série récente de livres politiques (signés Jordan Bardella, Eric Zemmour, et Marion Maréchal), un écosystème s'est créé.

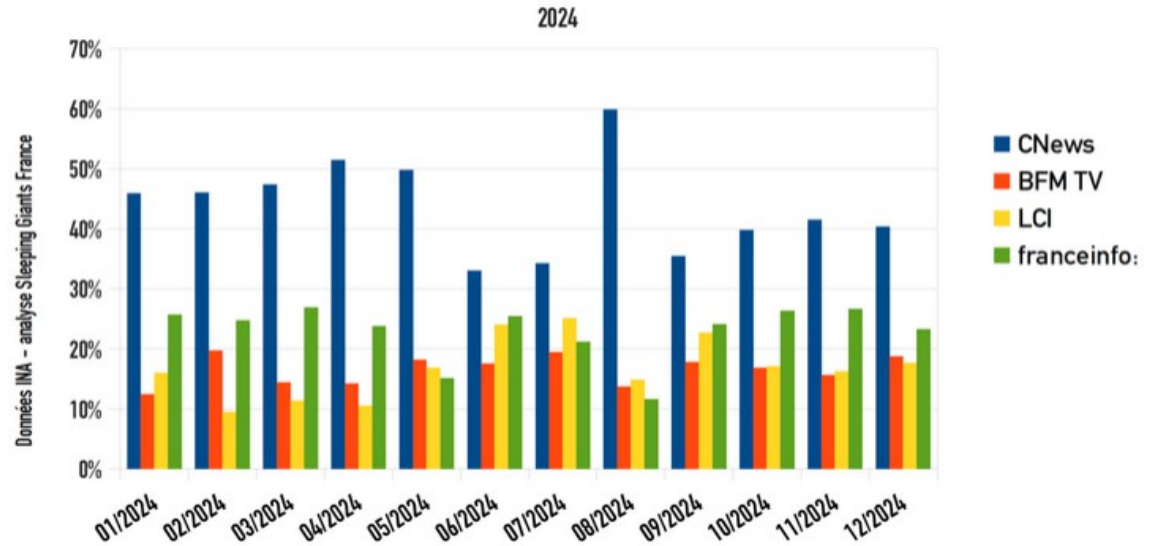


# Sleeping Giants France (Le club de Médiapart, 2025)

→ Vous saviez que CNews était une chaîne d'extrême droite ? Nous pouvons le prouver  
Plongée dans les marqueurs sémantiques du discours identitaire

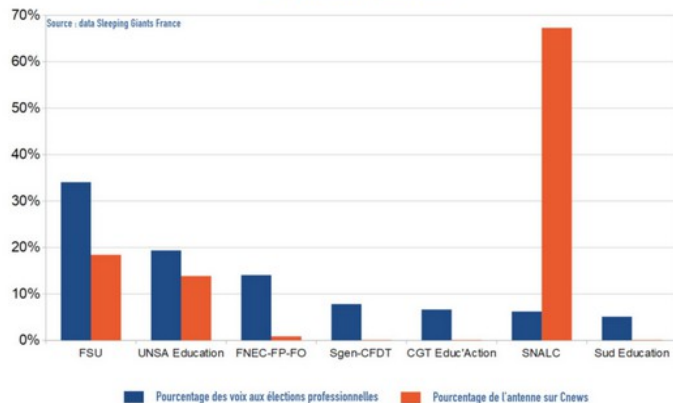


Part d'utilisation par les chaînes info du vocabulaire lié à l'Immigration



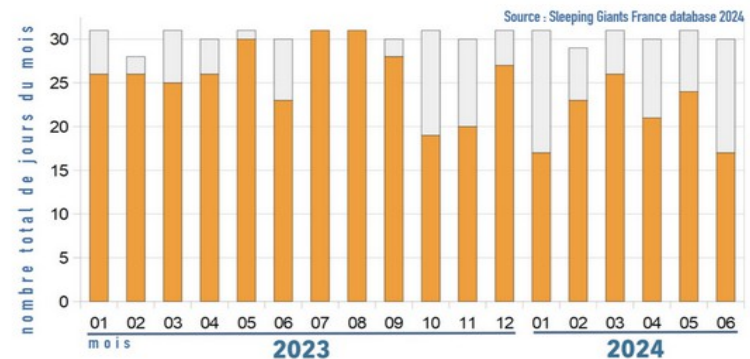
## Syndicats de l'Education Nationale

Pourcentage des voix aux élections professionnelles vs Pourcentage de l'antenne sur CNews de janvier 2023 à juillet 2024

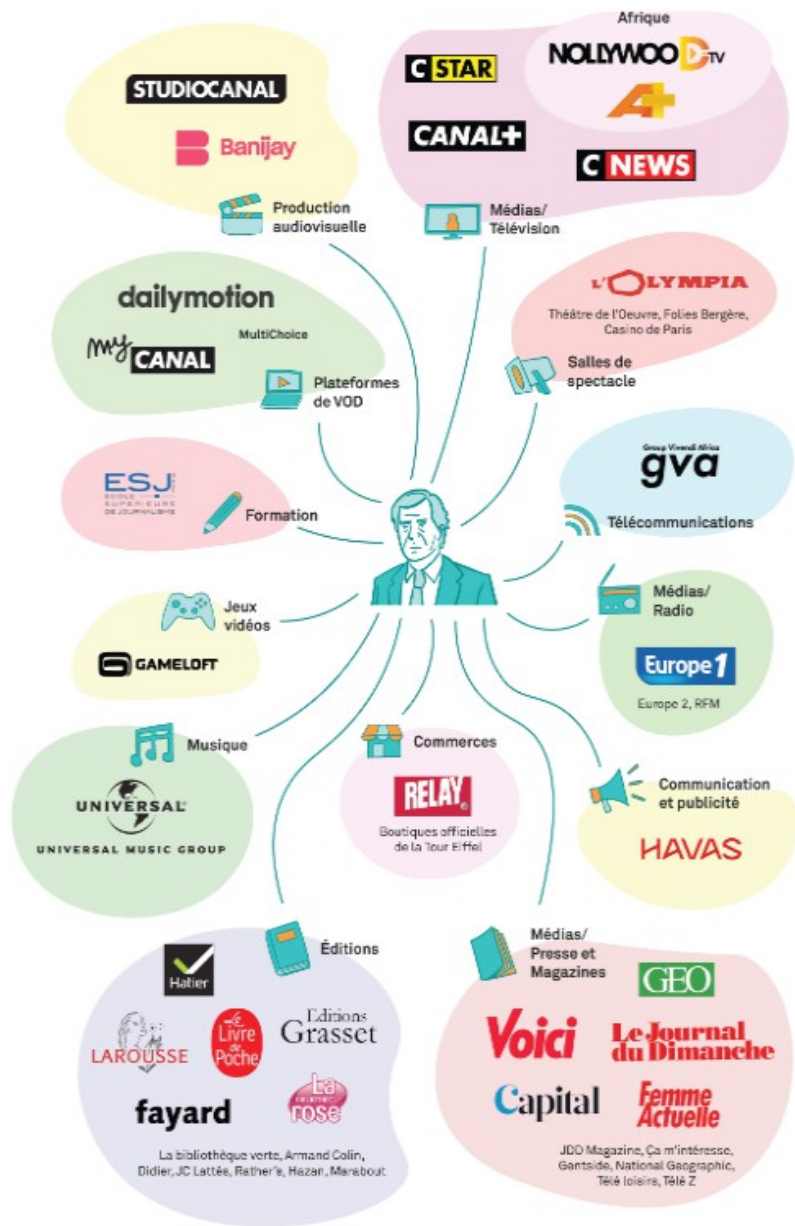


SLEEPING GIANTS FRANCE

## CNews — Nombre de jours de présence d'un représentant de syndicat policier



SLEEPING GIANTS FRANCE



Observatoire des multinationales (en partenariat avec Attac)  
Rapport Le système Bolloré : cartographie des activités

## COMMENT LA GALAXIE BOLLORÉ AIMANTE LES MÉDIAS DE DROITE ET D'EXTRÊME DROITE

Cette infographie dessine les liens éditoriaux qui existent entre des médias classés à droite et la sphère des médias détenus par la famille Bolloré. Deux médias sont reliés lorsqu'un ou plusieurs journalistes, chroniqueurs ou éditorialistes y collaborent de manière soutenue. Les invités ne sont pas comptabilisés. Plus le lien est épais, plus le nombre des collaborations est élevé.

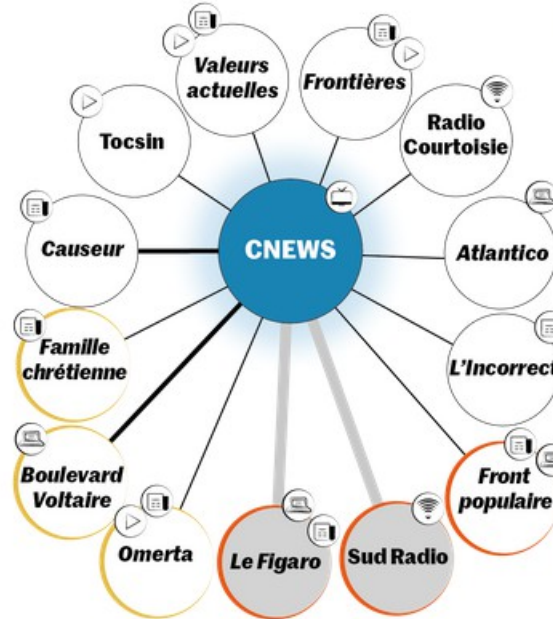
### Les liens éditoriaux avec CNEWS

- Média... ● ... Bolloré ● ... généraliste ○ ... de niche  
 ● ... lié à un autre média Bolloré  
 ● ... lié à plusieurs autres médias Bolloré

Nombre de collaboration — 1 — de 2 à 4 ■ 5 ou plus

#### Type de média

- 📰 Journal, magazine
- 📻 Radio
- 📺 Chaîne télévisuelle
- 🌐 Site Internet
- 📺 Média vidéo, média social
- 🏠 Maison d'édition



Le Monde du 02 juin 2025  
La galaxie des médias ultraconservateurs s'étend en France

# Plateformisation de l'information & « modération » des contenus

PIXELS • RÉSEAUX SOCIAUX

## Facebook et Instagram ont limité la portée des médias palestiniens, selon une enquête de la BBC

La BBC révèle que Meta a entravé la visibilité des médias et des internautes palestiniens. Des durcissements assumés par l'entreprise, qui évoque « des mesures temporaires » prises au lendemain du 7-October.

Le Monde

Publié le 18 décembre 2024 à 16h07, modifié le 19 décembre 2024 à 11h17 · 🕒 Lecture 2 min.

Les journalistes de BBC News Arabic ont compilé, sur les années précédant et suivant l'attaque du 7-October, des données liées à la visibilité de médias palestiniens, israéliens et arabophones. Ces données dites « d'engagement » – une métrique qui reflète l'impact et la visibilité d'un compte sur les réseaux sociaux – incluaient les réactions, commentaires et partages. Les chiffres compilés par la BBC montrent une très nette perte en engagement des médias palestiniens depuis le 7 octobre 2023, alors même que les autres médias couvrant le conflit, israéliens comme arabophones non-palestiniens, ont vu le leur augmenter.

Ainsi, selon la BBC, les pages Facebook de vingt médias palestiniens opérant depuis la bande de Gaza ou la Cisjordanie ont perdu 77 % en engagement du public depuis le 7 octobre. Les vues du compte Facebook de Palestine TV auraient ainsi baissé de 60 %, malgré ses 5.8 millions d'abonnés. Au contraire, les vingt médias israéliens analysés auraient vu leur engagement augmenter de 37 %. Cette hausse, portée par la couverture du conflit, se retrouverait sur les pages de trente des médias arabophones analysés, tels qu'Al-Jazeera et Sky News Arabia, dont l'engagement a quasiment doublé.

## Plateformisation de l'information & modes de narration



Aurélié Aubert, *Les vidéos d'information diffusées sur RSN : dire la société via les métriques de consultation*  
Une étude de cas à partir des vidéos du média Brut, *Questions de communication* n°40, 2021  
→ *entretien pour la Revue des médias (INA)*

# Ce qui pèse sur la réception



## Baromètre DJEPVA sur la jeunesse (2024)

- Le cercle familial a un rôle déterminant dans les pratiques informationnelles. L'importance accordée aux actualités durant l'enfance ou l'adolescence au sein de la famille façonne durablement et nettement la fréquence de consultation des actualités.
- Le suivi quotidien des actualités progresse sensiblement avec l'âge. Cette évolution peut s'expliquer par des centres d'intérêt qui s'affirment et qui se diversifient au fur et à mesure de la formation dans l'enseignement supérieur et de l'insertion sociale et professionnelle. La décohabitation du foyer parental pourrait également inciter les jeunes adultes à s'informer plus régulièrement par eux-mêmes.
- Le niveau de diplôme a un effet notable sur la fréquence de suivi des actualités. La corrélation observée entre le diplôme et la fréquence de consultation des actualités pourrait résulter en partie des habitudes acquises pendant les études supérieures, certaines formations exigeant une consultation assidue des médias. Celle-ci pourrait aussi être le fait de la socialisation à l'actualité, les plus diplômés étant plus représentés parmi ceux qui ont été socialisés à l'actualité durant l'enfance ou l'adolescence.

**Comment les jeunes s'informent sur les actualités en 2024**

**INJEP analyses & synthèses**

**ETUDES ET RECHERCHES**

Au printemps 2024, sept jeunes sur dix âgés de 15 à 30 ans suivent les actualités plusieurs fois par semaine ou tous les jours. Les 25-30 ans, les hommes et les diplômés du supérieur sont les plus assidus, de même que ceux issus de familles accordant une grande place aux actualités. Les 15-20 ans consultent des sujets variés, avec une préférence pour le sport et les faits divers. Leurs goûts en matière d'actualités diffèrent aussi selon le genre : les jeunes femmes s'intéressent particulièrement aux faits divers, à la mode et à la beauté et aux sujets de santé et de bien-être, tandis que le sport attire plus les jeunes hommes. Les réseaux sociaux sont très présents dans leurs pratiques informationnelles, mais la télévision conserve un rôle important, tout comme, dans une moindre mesure, d'autres supports d'information (auteurs de recherche, discussions avec l'entourage, etc.).

**Annie Charraud**, chargée d'études et de recherche (INJEP)  
**Charlotte Millet**, directrice d'études et de recherches (INJEP)  
**Sarah Nedjar Cabot**, chargée d'études et de recherches (INJEP)

**Figure des jeunes sur le site internet de l'INJEP** (INJEP © INJEP - illustrations ©)

## État des lieux de l'Arcom (2024)

Les ados s'informent principalement sur les RSN (44% contre 18%) et les plateformes de vidéos (34% contre 1%).

Pour eux plus que pour les autres, le fait qu'une information soit reprise par les médias (33% contre 23%) ou que leurs proches en parlent (20% contre 10%) sont des gages de fiabilité. Pour autant, ils font également plus confiance que la moyenne aux créateurs de contenus (41% contre 24%) ou aux célébrités.





## Bulles de filtre : le journal du moi

Concept introduit par Eli Pariser dans son livre *The Filter Bubble : What the Internet Is Hiding from You* (2011)  
→ fait référence à l'idée que **les algorithmes des réseaux sociaux et des moteurs de recherche personnalisent les informations que nous voyons en ligne** en fonction de nos centres d'intérêt, comportements passés, et préférences. Cette personnalisation a pour but de rendre l'expérience utilisateur plus engageante et surtout plus rentable pour les plateformes, mais elle a aussi pour conséquence d'isoler les utilisateurs dans une **bulle d'informations**, les exposant uniquement à des contenus qui renforcent leurs idées préexistantes. En d'autres termes, au lieu d'un accès diversifié à l'information, les internautes reçoivent une version filtrée qui les conforte dans leur **vision du monde**.



Avec quelles conséquences pour le débat public ?



# Les nouveaux régimes de l'information

RAPPORT PROSPECTIVE

## LE MONDE DE L'INFORMATION EN 2050 : DES SCENARIOS POSSIBLES

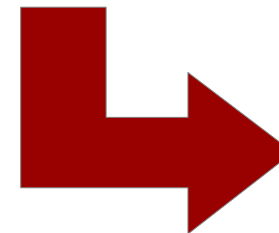
Un rapport coordonné et piloté par  
l'Institut national de l'audiovisuel (INA)

Série — 5 épisodes

### Quelle information en 2050 ?

L'INA a exploré, dans le cadre des États généraux de l'information, le monde de l'information en 2050. Plongez dans trois scénarios possibles (parmi bien d'autres !) et accédez au rapport complet.

Série terminée le : **12 septembre 2024**



# La guerre informationnelle



Captures d'écran prises sur X le 23 mai 2025, barrées par nos soins

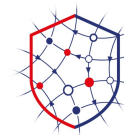


Unes Le Parisien, La Croix et Libération publiées le 19 mai 2025. Captures d'écran prise le 23 mai 2025

## Qu'est-ce qu'une ingérence numérique étrangère ?

Un phénomène inauthentique affectant le débat public numérique qui combine :

- une atteinte potentielle aux intérêts fondamentaux de la Nation
- un contenu manifestement inexact ou trompeur
- une diffusion artificielle ou automatisée, massive et délibérée
- l'implication, directe ou indirecte d'un acteur étranger



VIGINUM

« Créé le 13 juillet 2021 VIGINUM est le service technique et opérationnel de l'État chargé de préserver le débat public des manipulations de l'information provenant de l'étranger sur les plateformes numériques. »

Fiche technique Storm 1516 du 06 février 2026

# La France, sous un feu croisé de désinformation russe et américaine

Depuis le début d'année, les réseaux prorusses et les comptes institutionnels trumpistes ciblent de plus en plus la France. Avec des méthodes différentes mais un récit convergent, ils représentent un défi inédit.

Par William Audureau

Publié le 31 janvier 2026 à 09h00, modifié le 31 janvier 2026 à 12h13 •  Lecture 4 min. • [Read in English](#)

## Deux modes opératoires très différents

Cette double menace pose un défi inédit à la France, car la Russie et les Etats-Unis recourent à des modes opératoires radicalement différents. La désinformation russe crée un bruit de fond discret, constant, et organisé. « *C'est un acteur de la menace informationnelle très agressif et très persistant, qui a une véritable doctrine, qui se donne beaucoup de moyens* », recontextualise une source au sein d'un service de l'Etat. Sa temporalité est très différente. Son effet est souvent diffus, et son impact difficile à mesurer.

En novembre 2025, Reporters sans frontières [révélaient ainsi avoir identifié 85 faux sites d'information locale francophones](#) qui, grâce à l'IA, ont publié 13 900 articles depuis février 2025, pour l'instant passés inaperçus du grand public. « *On ignore s'ils vont être un enjeu de désinformation au moment des municipales, ou si ce réseau est mis en place en vue de la présidentielle [en 2027]* », reconnaît Chine Labbe. *Car la désinformation russe voit souvent loin et se concentre surtout sur les élections plus médiatiques.* »

## Convergence des récits

Pour ne rien arranger, de multiples passerelles existent entre ces deux sources de désinformation. Par exemple, la rumeur du « scandale de corruption des Rafale », une invention prorusse, a été relayée en France par QActus, un site conspirationniste pro-Trump.

La menace informationnelle américaine, elle, est plus frontale, voire difficile à rater. Rois de la provocation et de l'immédiateté, Donald Trump et Elon Musk s'appuient sur la puissance de frappe de leurs comptes personnels sur leurs réseaux respectifs, Truth Social et X, pour délivrer quotidiennement des messages manipulateurs qui peuvent être lus dans le monde entier, sans filtre, sans masque. « *[Les Etats-Unis] ont aujourd'hui une stratégie d'influence agressive, plus que d'ingérence classique* », relève la même source étatique.

Or, en plus de se substituer aux comptes institutionnels classiques, ils nourrissent une « *banalisation du travestissement quotidien des faits* », déplore Rudy Reichstadt, directeur du site Conspiracy Watch, à l'image des réécritures de l'histoire propagées par Donald Trump.

« *Il y a une convergence inquiétante entre les écosystèmes prorusses et MAGA* », acquiesce Nicolas Hénin, consultant en désinformation et chercheur associé à l'université de Manchester. Elle s'explique par un récit conservateur commun, qui oppose les peuples à des élites mondialisées, et s'exprime par des discours anti-Union européenne, anti-Macron et anti-Ukraine.

Donald Trump se fait lui-même le relais d'éléments de langage des sphères de désinformation prorusse, par exemple quand il accuse Zelensky d'être responsable du déclenchement de la guerre en Ukraine, au mépris des faits.

# La slopisation du monde

LES DÉCODEURS • DÉSINFORMATION

## Comment la démocratisation de l'IA a chamboulé notre rapport au vrai et au faux

Vidéos bluffantes avec Sora, information personnalisée via ChatGPT, factchecking à la volée avec Grok... En un an, l'intelligence artificielle générative a bouleversé notre écosystème informatif, ouvrant une nouvelle ère d'immédiateté, d'abondance, mais aussi de doute permanent.

Bienvenue dans le monde du vrai et du faux. Depuis la démocratisation des IA génératives en 2023, Internet est inondé de productions algorithmiques au réalisme confondant, au point que le doute sur l'authenticité de tout ce que nous pouvons lire, entendre ou voir sur nos écrans est devenu permanent.



### Confiance excessive dans leur capacité à informer

Dans ce paysage fragilisé, près d'un milliard d'internautes utilisent chaque semaine l'agent conversationnel ChatGPT. Plus de 20 % des requêtes consistent à lui demander des informations. Son rival Gemini a, lui, récemment passé le cap des 750 millions d'utilisateurs mensuels. Quant à Grok, la solution implémentée dans X en mars 2023, elle a généré environ 65,5 millions de messages à la demande des usagers en huit mois.

### Risque d'empoisonnement des sources

En outre, ces robots conversationnels peuvent être « empoisonnés » par des sources en ligne douteuses. Car les acteurs de la désinformation ont bien compris l'effet d'aubaine que représentait l'explosion des IA génératives. C'est ainsi qu'en 2023, John Mark Dougan, complotiste américain réfugié en Russie, a mis en ligne une galaxie de faux sites régionaux en France qui relaient les discours du Kremlin.

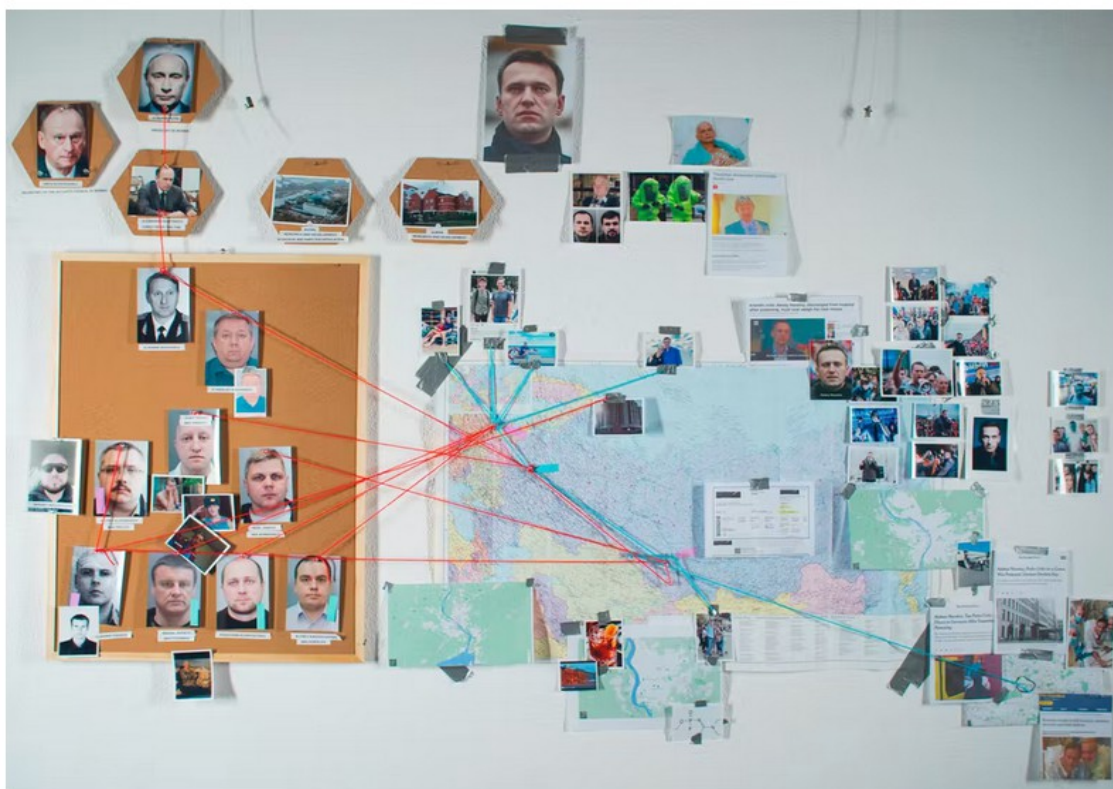
Leur audience est quasi nulle auprès des humains. Mais lorsque ChatGPT est interrogé sur un sujet, c'est sur Internet qu'il va chercher ses réponses. « *Quand ses seules sources disponibles répètent de fausses infos, dans un monde où le factchecking s'amenuise et où les sites de désinformation russes se multiplient, quelles réponses les IA conversationnelles vont-elles donner à leurs utilisateurs ?* », interpelle Chine Labbé.

De nombreux autres sites conspirationnistes ont par ailleurs intégré l'IA à leur modèle de production. En recourant à ChatGPT, ils inondent le Web et les réseaux sociaux de textes prémâchés, ou utilisent NotebookLM, un outil qui imite le ton d'un présentateur professionnel, pour « produire » des pseudo-podcasts.

« *Ce sont des contenus à faible valeur ajoutée mais qui ont une efficacité toxique auprès d'un public mal informé, d'autant que le ton du sérieux est imité de mieux en mieux, alerte Rudy Reichstadt, directeur de ConspiracyWatch. Une information complotiste peut encore plus facilement se présenter comme une pantomime d'une information journalistiquement établie.* »

## Le journalisme de données

« **Bellingcat** est un groupe international indépendant de chercheurs, d'enquêteurs et de journalistes citoyens utilisant à la fois enquêtes open source et réseaux sociaux, pour sonder une variété de sujets - trafiquants de drogue mexicains, crimes contre l'humanité, suivi de l'utilisation d'armes chimiques et conflits dans le monde entier. Avec un personnel et des contributeurs répartis dans 20 pays à travers le monde, nous travaillons dans un domaine unique dans lequel technologie de pointe, recherche médico-légale, journalisme, enquêtes, transparence et responsabilité se combinent. »



Documents de travail de Bellingcat, concernant l'empoisonnement de l'opposant russe Alexeï Navalny. COURTESY BELLINGCAT

Ces enquêteurs se distinguent en appuyant leurs enquêtes uniquement sur des sources publiques et en ligne, dont les résultats sont publiés avec une grande transparence quant à la méthode utilisée. Ils sont en cela les leaders de l'OSINT (Open source intelligence), aussi parfois appelée, en français, Renseignement d'origine sources ouvertes (ROSO).

Concrètement, cela signifie que tout ce qui est en ligne et public peut servir dans une enquête : posts sur les réseaux sociaux, vidéos, bases de données, images satellites... Une des spécialités de l'OSINT est la géolocalisation et la vérification d'images et vidéos publiées en ligne. Une compétence largement mise en œuvre depuis le début de l'offensive russe en Ukraine ; les vidéos du front submergeant les réseaux sociaux avec leur lot de propagande et de contre-vérités.

« Nous n'avons pas d'agenda, mais nous avons un credo : les preuves existent, les mensonges existent aussi, et la différence entre les deux reste quelque chose d'important pour les gens », écrit Eliot Higgins dans l'introduction de son livre, *We are Bellingcat*, publié en 2021.

# La contribution des amateurs au récit de l'actualité

André Gunthert, *La visibilité des anonymes*,  
Questions de communication n°34, 2018

« En apportant au débat les ressources du document figuré, l'intégration de l'image au sein de la conversation en ligne participe à la construction du récit de l'actualité, pèse sur les choix médiatiques et les décisions politiques. Elle constitue une nouvelle étape dans l'histoire longue de l'accès à la sphère publique.

[...] Grâce à la crédibilité de la preuve visuelle, dans des conditions de forte mobilisation attentionnelle, certaines images peuvent accéder à un degré de visibilité et de légitimité qui les fait pleinement participer à l'écriture de l'actualité, et donc à la formation de l'opinion.. »



Mort de Nahel, le 27 juin 2023 à Nanterre

Appel à témoins - BFMTV



Témoign d'un événement ? Postez votre vidéo



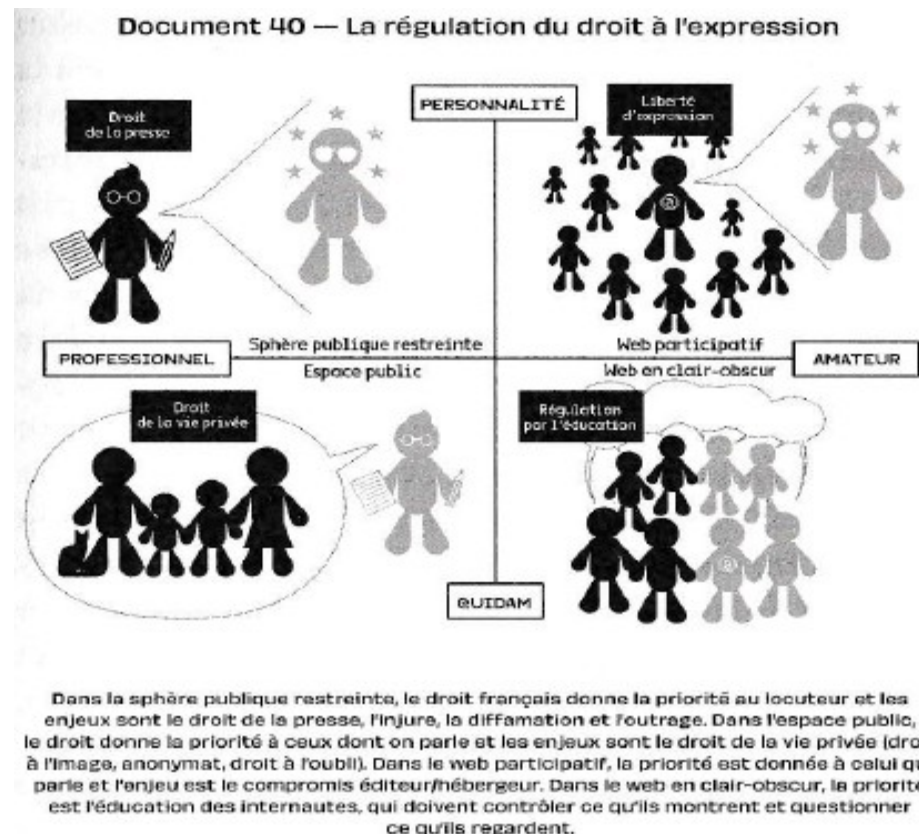
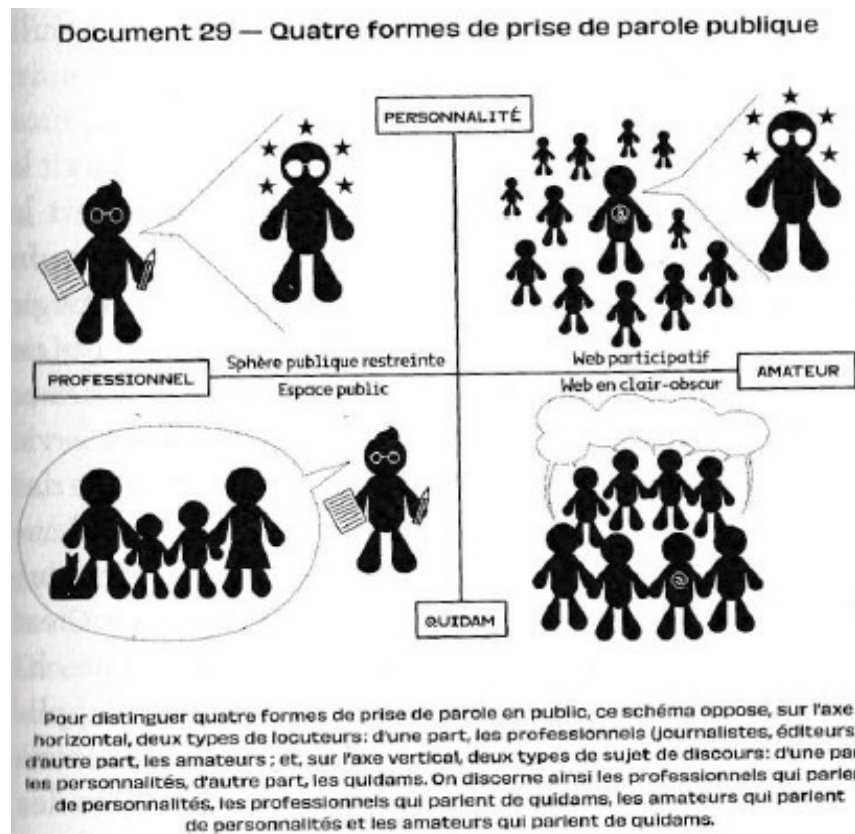
Christian Delage, *La mort filmée de George Floyd*  
Institut d'histoire du temps présent, 2020

« La vidéo du tabassage d'un automobiliste africain-américain, Rodney King, par des officiers du Los Angeles Police Department (LAPD), en 1991, constitue un tournant majeur. Les images des coups portés, immortalisés par un voisin témoin de la scène, qui avait eu le réflexe de prendre sa nouvelle caméra, jouent un rôle central et pionnier dans la reconnaissance de ce type de violences policières et leur mise en jugement. »

Émeutes aux États-Unis après la mort de George Floyd, mai 2020

# La redéfinition de l'espace public à l'ère numérique

Dominique Cardon, *Culture numérique*, Sciences Po, 2019



« La règle qui gouvernait l'espace public traditionnel s'est inversée. Il n'est plus besoin de demander à un gatekeeper le droit de publier. La prise de parole ne passe plus par des filtres éditoriaux. Cette inversion est très difficile à comprendre pour les habitués de la forme traditionnelle de l'espace public : ce qui est visible et ce qui est important ne se recouvrent plus du tout. Ce n'est pas parce que c'est publié sur internet - donc visible - que c'est important. Sur le web, beaucoup de choses visibles n'ont aucune importance, sont sans intérêt et ne nous concernent en rien. Il est important d'insister sur cette nouveauté fondamentale car ne pas la comprendre nous fait commettre beaucoup d'erreurs : il existe énormément d'informations publiques et accessibles (au sens de la première définition de l'espace public) qui n'ont aucune importance pour la discussion collective de l'intérêt général (au sens de la seconde définition)... »

# Le digital labor, une exploitation sans aliénation ?

La revue des médias, [Autour du digital labor](#) INA, 2016 (9 épisodes)

Épisode 1/9 - [Qu'est-ce que le digital labor ?](#), par Antonio Casilli et Dominique Cardon

« Nous devons nous situer en dehors des lieux classiques de la production pour voir apparaître ce travail. C'est en nous penchant sur les lieux de nos sociabilités ordinaires, sur nos interactions quotidiennes médiatisées par les nouvelles technologies de l'information et de la communication, que nous commençons à détecter des formes d'activités assimilables au travail parce que productrices de valeur, faisant l'objet d'un quelconque encadrement contractuel et soumises à des métriques de performance. Nous appelons digital labor la réduction de nos « liaisons numériques » à un moment du rapport de production, la subsomption du social sous le marchand dans le contexte de nos usages technologiques.

[...] Les foules intelligentes (smart mobs) sont des foules mobilisables à des fins politiques, culturelles, mais aussi transformables en ressources, en groupes humains auxquels sous-traiter des tâches (crowdsourcing).

[...] Allez expliquer à la blogueuse tricot passionnée et enthousiaste qu'elle est, en fait, en train de « travailler » pour enrichir une variante subtile du capitalisme qui l'a mise à la besogne sans qu'elle se rende compte de son aliénation. »

Épisode 6/9 - [Du digital labor à l'ubérisation](#), par Olivier Ertzscheid

« Après une journée à co-worker avec différents algorithmes de hiérarchisation de l'info pour alimenter les différentes "Filter Bubble" pendant que d'autres, à Manille ou ailleurs, accompliront la part ingrate des mêmes tâches, quand nos enfants rentreront du boulot dans 20 ans, il est probable qu'ils prennent en route un ou deux passagers avec leur casquette UberPOP, que l'un de ces passagers soit — aussi — un travailleur occasionnel Amazon Flex profitant de la course pour livrer un colis commandé par son voisin de pallier. Il est tout aussi probable que l'ensemble de ces schizo-salariés soient tous à bord d'une Google Car entièrement automatisée (à moins qu'ils ne se déplacent avec un véhicule autonome de la flotte Über) dont celui qui n'en sera même plus le propriétaire mais simplement le locataire temporaire (l'acopie) percevra un micro-salaire de Google en échange, par exemple, d'une procédure de contrôle qualité temps réel, c'est à dire en échange d'une supervision humaine de cette conduite algorithmique, devenant alors temporairement un « professeur des algorithmes », nouvelle variante de la dialectique du maître et de l'esclave. Il est également probable que rien de tout cela ne se produise. Mais il est encore davantage probable que la phrase précédente soit très improbable. »

Antonio Casilli, [Du crowdsourcing au digital labor](#) (MOOC Digital, 2023) → épisode n°6 : [Travail, emploi et digital labor](#)

[Tout savoir sur le travail du clic avec Antonio Casilli](#) (France culture : La grande table, 2020)

[Invisibles : les travailleurs du clic](#) (série documentaire, 2020)

[Derrière l'iA : La vérité qui dérange sur les Data Workers](#) (Trench Tech, 2025)

# Cartographie des sources en matière d'information d'actualité

