

Sous la direction de
FLORIAN SAUVAGEAU
SIMON THIBAUT
PIERRE TRUDEL

LES

FAUSSES

NOUVELLES

nouveaux visages, nouveaux défis

**Comment déterminer la valeur de l'information
dans les sociétés démocratiques ?**



LES FAUSSES NOUVELLES,
NOUVEAUX VISAGES,
NOUVEAUX DÉFIS

LES FAUSSES NOUVELLES, NOUVEAUX VISAGES, NOUVEAUX DÉFIS

**COMMENT DÉTERMINER LA VALEUR
DE L'INFORMATION DANS LES SOCIÉTÉS
DÉMOCRATIQUES ?**

Sous la direction de

Florian Sauvageau,
Simon Thibault, Pierre Trudel



Presses de
l'Université Laval

Nous remercions le Conseil des arts du Canada de son soutien. L'an dernier, le Conseil a investi 153 millions de dollars pour mettre de l'art dans la vie des Canadiennes et des Canadiens de tout le pays.

We acknowledge the support of the Canada Council for the Arts, which last year invested \$153 million to bring the arts to Canadians throughout the country.



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

Les Presses de l'Université Laval reçoivent chaque année de la Société de développement des entreprises culturelles du Québec une aide financière pour l'ensemble de leur programme de publication.



Maquette de couverture: Laurie Patry

Mise en pages: Diane Trottier

Traducteurs: Maxime Mariage (chapitres 1, 2, 10, 14)

Andréanne Poirier (chapitre 12)

Révisseurs: Marie-Hélène Lavoie et Émilie Leclerc

© Presses de l'Université Laval. Tous droits réservés.

Dépôt légal 3^e trimestre 2018

ISBN 978-2-7637-4050-8

PDF 9782763740515

Les Presses de l'Université Laval
www.pulaval.com

Toute reproduction ou diffusion en tout ou en partie de ce livre par quelque moyen que ce soit est interdite sans l'autorisation écrite des Presses de l'Université Laval.

Table des matières

Remerciements	XIII
--------------------------------	------

Introduction	1
-------------------------------	---

Florian Sauvageau, Simon Thibault

De quoi parlons-nous?	2
---------------------------------	---

Les manifestations précédentes	5
--	---

De nouvelles dimensions, de nouvelles questions	6
---	---

Enjeux pour le journalisme	7
--------------------------------------	---

Présentation de l'ouvrage	9
-------------------------------------	---

PREMIÈRE PARTIE DE QUOI PARLE-T-ON?

1 – Sur l'étude des sujets populaires ou les confessions d'un spécialiste des fausses nouvelles	17
--	----

Tommaso Venturini

Cinq raisons pour NE PAS parler des fausses nouvelles	18
---	----

Le critique et l'argent de la critique	21
--	----

Le rêve et le cauchemar de Gabriel Tarde	24
--	----

Pèso el tacòn del buso	29
----------------------------------	----

2 – Nouvelles bidon et propagande informatique à travers le monde	39
--	----

Samantha Bradshaw, Philip Howard

États, médias sociaux, manipulation et contrôle social	46
--	----

3 – Les « fausses nouvelles », éléments d'un écosystème médiatique alternatif?	51
---	----

Guillaume Latzko-Toth

L'écosystème des <i>fake news</i> ou la structure de la désinformation numérique	52
---	----

Sur la notion d'écosystème médiatique alternatif	54
Le rapport au réel à l'ère numérique et la question de la littératie informationnelle	56
Les fausses nouvelles à l'aune du concept de mésusage des dispositifs techniques	58
Conclusion	60
4 – L'accusation de <i>fake news</i> : médias sociaux et effets politiques	63
<i>Serge Proulx</i>	
L'accusation de <i>fake news</i> : une stratégie du discrédit politique arbitraire	64
La spécificité contemporaine du phénomène : un lien fort avec les médias sociaux	67
Comment lutter contre la dissémination des <i>fake news</i> ?	70

DEUXIÈME PARTIE

REGARDS DE JOURNALISTES

5 – Craig Silverman : pionnier de l'enquête journalistique sur la désinformation en ligne	79
<i>Simon Thibault</i>	
6 – L'écosystème des <i>fake news</i> : état des lieux au Québec . .	95
<i>Jeff Yates</i>	
Une terre isolée.	98
Les sources de désinformation visant les Québécois	102
Les « influenceurs » québécois	105
7 – La production de fausses nouvelles scientifiques : le cas de la vaccination	113
<i>Jean-Marc Fleury</i>	
Les fausses nouvelles scientifiques font partie de la science. . .	114
La symbiose entre controverses et fausses nouvelles scientifiques	115
À l'origine de la fausse nouvelle scientifique : la fausse étude scientifique	117

L'impact sur la vaccination	120
L'explosion des revues scientifiques prédatrices	124
La demande pour les fausses nouvelles scientifiques	125
Que faire ?	127
8 – Le conflit ukrainien et la traque des fausses nouvelles . .	133
<i>Nadine I. Kozak, Maria Haigh, Thomas Haigh</i>	
9 – La propagande, de Bush père à Donald Trump	143
<i>John R. MacArthur</i>	

TROISIÈME PARTIE

QUELQUES PISTES DE SOLUTION

1. L'APPUI AUX CITOYENS

10 – La détection des nouvelles trompeuses et fallacieuses dans les contenus en ligne	153
<i>Victoria L. Rubin</i>	
La familiarité avec les modèles trompeurs	155
Traitement automatique du langage naturel (TALN)	158
Tromperie et détection de la tromperie	159
Modèles trompeurs et détection automatique de la tromperie .	160
Modèles satiriques et détection automatique de la satire	162
Modèles de pièges à clics et détection automatique des pièges à clics	164
Combinaison de la détection automatisée des fausses nouvelles, de la satire et des pièges à clics	165
Conclusion et recherche à venir	168
11 – Alphabétiser à l'actualité : examen des réponses éducatives aux fausses nouvelles	173
<i>Normand Landry</i>	
Les trois angles de la fausse nouvelle	174
Tromperies, mensonges et propagandes revisités	177

Alphabétiser à l'actualité	179
Compétences informationnelles	181
Compétences numériques	183
Information, numérique, actualité	183
Portées et limites des solutions éducatives aux fausses nouvelles.	184
Alphabétisation à l'actualité : état des lieux au Québec	185
Conclusion	189

TROISIÈME PARTIE

QUELQUES PISTES DE SOLUTION

2 – LA VOIE LÉGISLATIVE ?

12 – **La Loi d'application sur les réseaux – L'approche allemande pour lutter contre les « fausses nouvelles », la violence et le discours terroriste dans les réseaux sociaux** 197

Bernd Holznapel

Les caractéristiques et les implications du discours haineux . .	197
Le contexte de la NetzDG	199
L'approche de la NetzDG	201
La NetzDG	203
Les réseaux sociaux en tant qu'entreprises réglementées . .	203
Les obligations de retrait et de blocage du contenu illicite .	204
La procédure pour le traitement des plaintes et des obligations de divulgation	206
L'autorégulation réglementée	207
Les mandataires chargés de recevoir les notifications	208
Les sanctions	208
L'évaluation	209
L'approbation des objectifs et l'approche réglementaire . . .	209
Les perspectives	213

13 – Lutte contre les « fausses informations » en France . . . 217*Emmanuel Derieux*

Lutte contre les fausses informations en périodes générales . . 220

A. Détermination des fausses informations 220

B. Sanction des fausses informations 223

Lutte contre les fausses informations en périodes électorales . 227

A. Dispositions en vigueur 228

B. Dispositions en préparation 230

**14 – Déluge et pollution : des métaphores pour penser
la lutte aux fausses nouvelles 235***Christopher Terry*

Il ne suffit pas de blâmer les réseaux sociaux 236

Le droit américain et le Premier Amendement
de la Constitution 238

D'autres options 240

**15 – Les fausses nouvelles : nouveaux visages
et nouveaux défis 245***Pierre Trudel, Simon Thibault*

Les nouveaux visages 245

Nouveaux défis 247

La difficulté d'arbitrer la « vérité » 247

Les régulations dans les réseaux 248

ÉPILOGUE**Fausses nouvelles et mauvaises (h)Histoires. 253***Michael Palmer*

Des « faux » célèbres 254

1626: le théâtre 256

La rhétorique des circonstances 257

Propagande et incertitudes 258

Des fausses nouvelles aux *fake news* 260**Les auteurs 265**

Remerciements

Ce livre est le fruit de la collaboration de plusieurs personnes. Au premier chef, nos collègues, les auteurs, qui ont répondu avec empressement à notre appel. Nous les remercions toutes et tous. Sans l'appui du Centre d'études sur les médias, qui lui-même reçoit le soutien du ministère de la Culture et des Communications du Québec, la préparation de ce livre n'aurait pas été possible.

Nous souhaitons remercier de façon particulière Marie-Hélène Lavoie et Marilou St-Pierre dont la rigueur et la minutie nous ont grandement aidés. Enfin, Sébastien Charlton, le coordonnateur des activités du Centre d'études sur les médias, dont le dévouement n'a d'égal que le souci du travail bien fait.

Nous remercions aussi toute l'équipe des Presses de l'Université Laval et son directeur, Denis Dion, qui a cru à la pertinence du sujet et à l'importance des faits dans le débat public.

Sans oublier nos proches et leur grande patience.

*Florian Sauvageau
Simon Thibault
Pierre Trudel*

Introduction

FLORIAN SAUVAGEAU
SIMON THIBAUT

Le pape François appuie Donald Trump. La nouvelle, bien qu'invraisemblable tout autant qu'absurde, est celle qui a généré le plus d'interactions sur Facebook durant les trois derniers mois de la campagne présidentielle américaine de 2016¹. Un site « fantaisiste » annonce que « Yoko Ono avoue avoir entretenu une relation homosexuelle avec Hillary Clinton ». La nouvelle suscite près d'un million d'interactions sur Facebook². Un journaliste d'origine russe, opposant à Vladimir Poutine, est assassiné en Ukraine où il s'est réfugié. Il ressuscite le lendemain, accompagné de dirigeants des services secrets ukrainiens qui expliquent avoir conçu ce stratagème pour contrer un complot russe. Les journalistes du monde entier ont été dupés (Savochenko, 2018). Autant de types différents de *fake news* ou de *false news* (des choses distinctes en anglais) maladroitement regroupées en français sous le terme de « fausses nouvelles », que nous retenons, parce qu'il est largement répandu... et faute de mieux.

Ce livre tire son origine d'un séminaire tenu à l'Université de Montréal par le Centre d'études sur les médias en octobre 2017 avec comme thème *Les fausses nouvelles : le nouveau visage d'un vieux problème*. Nous y avons vite constaté que si le débat d'aujourd'hui se

-
1. Le journaliste Craig Silverman (2016) explique ce classement dans une analyse faite quelques jours après l'élection de Donald Trump (voir le chapitre 5).
 2. Au chapitre 6, le journaliste Jeff Yates rappelle le contenu de l'un de ses reportages (Yates, 2017) où il fait état de cette fausse nouvelle.

situait dans une perspective historique certaine, les défis que pose la transmission rapide de quantités énormes de messages à des milliers de personnes (notamment grâce à des robots ou *bots*) exigeaient de nouvelles réponses. Les médias sociaux³, au premier chef Facebook, accusés de véhiculer ces fausses nouvelles, se sont retrouvés au cœur de la tempête.

Ce livre n'entend pas trouver de solution définitive au problème des fausses nouvelles. Bien malin qui prétendrait le faire. Nous espérons toutefois grâce à la diversité des contributions de nos collaborateurs et à leur expertise éclairer un peu mieux une question complexe et controversée et évoquer quelques avenues possibles de solutions.

De quoi parlons-nous ?

Le terme *fake news* est un concept polysémique et politiquement controversé. Le journaliste canadien Craig Silverman (2017) serait à l'origine de la propagation récente de cette notion qu'il a utilisée pour la première fois dans un *tweet* le 14 octobre 2014. Il dénonçait alors la fausse nouvelle d'un site de *fake news*, le *nationalreport.net*, qui annonçait la mise en quarantaine d'une ville du Texas après qu'une famille ait prétendument contracté l'Ebola, un virus fort contagieux qui a fait des milliers de morts lors d'une épidémie en Afrique de l'Ouest de 2014 à 2016.

Le travail de Silverman sur les fausses nouvelles était à cette époque peu connu. Cette situation changea à l'automne 2016 après ses articles fracassants sur l'ampleur de ce phénomène sur Internet dans le cadre de l'élection présidentielle américaine. Les médias, cherchant des réponses à la victoire surprise de Donald Trump, ont

3. Les termes « médias sociaux » et « réseaux sociaux » sont souvent utilisés comme synonymes. Les journalistes emploient beaucoup l'expression « réseaux sociaux », qui est plus couramment utilisée en France. Certains des collaborateurs de ce livre s'en servent aussi. Des chercheurs ont souligné le caractère plus « englobant » de l'expression « médias sociaux ». Davis (2016), par exemple, associe les médias sociaux à un ensemble composé de plusieurs sous-catégories dont feraient partie, entre autres, les sites de réseaux sociaux ou socionumériques, comme Facebook, et des encyclopédies participatives comme Wikipédia. Facebook et Twitter sont les plateformes le plus souvent visées quand on parle de diffusion des fausses nouvelles.

abondamment utilisé cette formule, les *fake news*, pour parler de la désinformation⁴ sur les médias sociaux.

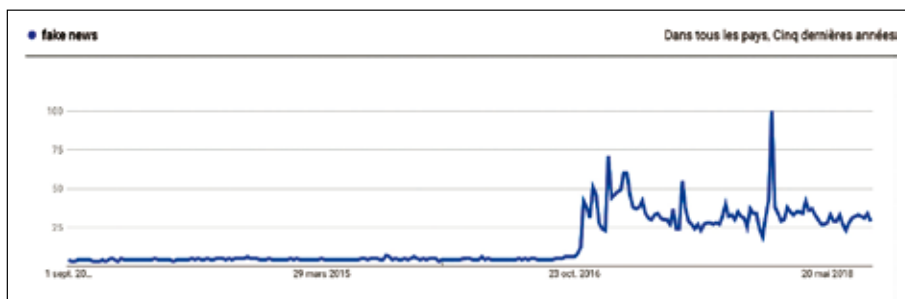


FIGURE 1 : Popularité des recherches du terme *fake news* sur le moteur de recherche Google de juin 2013 à août 2018 selon Google Trends (capture d'écran, source : <https://trends.google.com/>)

Selon Google Trends, les requêtes sur le moteur de recherche Google au sujet du terme *fake news* ont explosé au moment de la publication du premier article de Silverman, au début novembre 2016. Ces recherches ont d'ailleurs atteint un pic important dans la semaine du 8 au 14 janvier 2017, période coïncidant avec la première conférence de presse de Donald Trump après son élection, tenue le 11 janvier, durant laquelle il a accusé le reporter de CNN, Jim Acosta, de travailler pour un média de fausses nouvelles. « You are fake news ! » a lancé Trump après un échange corsé (CNBC, 2017). Depuis, Donald Trump a fréquemment utilisé cette formule sur Twitter ou en entrevues pour attaquer les médias et les journalistes qui produisaient des reportages erronés ou orientés à ses yeux.

4. Dans sa *Petite histoire de la désinformation* (1999), Vladimir Volkoff montre la confusion qui entoure le terme « désinformation » et la difficulté d'en cerner les contours. Le mot, d'origine russe, est ensuite passé dans la langue anglaise. Volkoff écrit que le Chambers Twentieth Century Dictionary le définit ainsi en 1972 : « Deliberate leakage of misleading information ». Ces deux éléments sont essentiels pour qu'on parle de désinformation. Les informations doivent être fausses ou trompeuses et celui qui les diffuse doit avoir l'intention de tromper. Par contre, si la désinformation est une forme de propagande, toute propagande n'est pas nécessairement de la désinformation. La propagande peut simplement souhaiter convaincre sans cette intention malveillante de tromper.

La stratégie de Trump a fait des émules. Des chefs d'État autoritaires et des dictateurs, des médias et des agences d'États peu démocratiques ont utilisé la formule à leur tour pour attaquer leurs critiques et la presse indépendante (Schwartz, 2017). Cette instrumentalisation politique a convaincu de nombreux chercheurs d'abandonner l'usage du terme (p. ex., Vosoughi, Roy et Aral, 2018), alors que d'autres jugent au contraire pertinent de conserver son emploi (p. ex., Lazer et collab., 2018).

En vérité, une grande confusion règne autour de cet énoncé et Trump semble avoir réussi à influencer sur la compréhension que le public américain a de ce concept dont on parlait peu avant son arrivée au pouvoir. En avril 2018, un sondage effectué aux États-Unis révélait que 25 % des répondants jugeaient que le terme *fake news* s'appliquait « seulement aux histoires où les faits sont faux », alors que 65 % jugeaient que cela s'appliquait aussi « à la façon dont les médias d'information prennent des décisions éditoriales sur ce qu'ils choisissent de rapporter⁵ » (Monmouth University, 2018).

Un flou conceptuel existe aussi au sein de la littérature scientifique. Dans une revue de 34 recherches universitaires, Tandoc, Lim et Ling (2018) ont pris note des multiples définitions du terme *fake news*, employé notamment pour décrire la satire et la parodie de nouvelles, la manipulation d'images, la fabrication de nouvelles, la publicité présentée comme des nouvelles véridiques et la propagande. À ces contours mal déterminés s'ajoutent les difficultés de traduction. Audureau (2017) a bien résumé ce défi :

... à strictement parler, le terme anglais ne désigne pas un article faux, au sens d'inexact, mais plutôt un faux article, une publication qui se fait passer pour un article de presse sans en être un. La langue anglaise distingue en effet ce qui est *false* (faux au sens d'erroné) de ce qui est *fake* (faux au sens d'une imitation).

Audureau (2017) ajoute que c'est le second sens, « celui de la duperie », qui doit être compris lorsqu'on fait référence au phénomène des fausses nouvelles dans des contextes comme celui de l'élection américaine où différents acteurs pour différents motifs (économiques,

5. Notre traduction. NDLR Les textes d'auteurs de langue anglaise cités dans cet ouvrage ont été traduits par nos soins.

politiques, géostratégiques) ont cherché à tromper les internautes en diffusant de l'information semblable au contenu de la presse.

Les manifestations précédentes

Les fausses nouvelles, au-delà de leur popularité et de leurs mutations récentes sur Internet, restent un vieux phénomène. Aux États-Unis, comme le rappelle Uberti (2016), elles ont jalonné l'histoire du journalisme. Ce fut le cas notamment au XIX^e siècle, où les canulars pouvaient faire les manchettes, mais aussi au courant du XX^e siècle, où des tabloïds dits de supermarchés proposaient des nouvelles fabriquées à un public friand d'histoires abracadabrantes (Heller, 2014).

Les fausses nouvelles ont aussi été au cœur de campagnes de propagande pour servir les intérêts d'acteurs politiques, militaires et autres. Dans son histoire de la propagande, Jacques Ellul (1967) explique comment, lors de la Première Guerre mondiale, les États de nombreux pays se sont dotés d'organes officiels de propagande afin de rallier leurs sociétés à l'effort de guerre⁶. L'invention d'histoires d'horreurs faisait alors partie de l'éventail des stratégies des propagandistes pour diaboliser l'ennemi.

Cette surenchère propagandiste se poursuivra pendant la Deuxième Guerre mondiale (1939-1945) et au-delà. De fait, l'histoire du XX^e siècle fournit maints exemples d'opérations de propagande et de fausses histoires destinées soit à conforter l'opinion publique soit à faire peur à l'adversaire. Le titre de l'ouvrage de Phillip Knightley, *The First Casualty* (1975 ; 2004), est évocateur à cet égard. Il détaille ces techniques de manipulation mises en œuvre lors de conflits qui ont marqué le siècle dernier. Les mises en scène médiatiques mensongères ne manquent pas. Et la première victime, comme le rappelle

6. C'est au cours de ce conflit qu'Edward Bernays, que l'on dit être le père des relations publiques, a fait ses premières armes. Il va plus tard appliquer aux entreprises et à diverses causes ce qu'il a appris comme propagandiste de guerre. Son ouvrage classique *Propaganda* est paru en 1928 (réédité en 2004). Dans la présentation de la version française, Normand Baillargeon écrit que l'importance de Bernays tient au fait qu'il a, « ...de manière prépondérante et peut-être plus que quiconque, contribué à l'articulation et au déploiement » de la propagande par les entreprises (Bernays, 2008).

Knightley en reprenant des propos de 1917 attribués au sénateur américain Hiram Johnson, est bien évidemment la vérité.

De nouvelles dimensions, de nouvelles questions

Avec la révolution numérique, les fausses nouvelles ne sont plus seulement l'apanage de la presse avec ses canulars et des propagandistes à la solde d'États ou autres groupes. La popularité grandissante d'Internet et des médias sociaux change la donne et on assiste à une popularisation des procédés de désinformation. Désormais, l'Internet est aussi un espace convoité par des internautes sans motivations politiques qui cherchent à tirer profit de ce « marché » uniquement pour faire des sous (Silverman et Alexander, 2016).

Les fausses nouvelles trouvent un terreau de réception fertile chez les partisans de partis politiques affichant des positions tranchées, voire clivantes. Guess, Nyhan et Reifler (2018) ont par exemple constaté que les sites de fausses nouvelles ont été fort populaires durant la présidentielle américaine de 2016 chez une minorité d'internautes privilégiant des informations très conservatrices. Les fausses nouvelles sont aussi prisées chez les communautés d'internautes friandes de contenu et de sites conspirationnistes⁷ comme *InfoWars*.

Plusieurs s'inquiètent de l'impact de cette désinformation sur la qualité de notre expérience démocratique que mettrait déjà en péril l'infrastructure technique de la Toile, comme le suggèrent des chercheurs. De fait, les procédés de filtrage des algorithmes, en nous proposant des contenus qui reflètent nos préférences, nous confinerait à des communautés homogènes idéologiquement avec une diète d'informations peu diversifiée (Pariser, 2011). En créant ces chambres d'écho peu propices aux débats sociétaux, les médias sociaux favoriseraient par ailleurs la fragmentation et la polarisation politique (Sunstein, 2017). Des chercheurs nuancent néanmoins ces thèses pessimistes, comme Tucker et collab (2018) le rappellent. D'autres dédramatisent les inquiétudes entourant les fausses nouvelles, en soulignant leur marginalité (Fletcher et collab., 2018),

7. Les sites de conspiration se caractérisent par des contenus où de supposés sombres complots de gouvernements ou autres forces occultes sont mis à jour. *InfoWars*, un site créé par Alex Jones en 1999, en constitue un bel exemple.

ou en suggérant qu'elles ont des effets de persuasion probablement négligeables (Nyhan, 2018). Ainsi, il n'y aurait peut-être pas lieu de s'affoler. Mais la recherche à ce sujet n'en est qu'à ses débuts.

Enfin, faut-il rappeler les controverses et les débats politiques majeurs qu'ont suscités les campagnes de désinformation en ligne attribuées à la Russie et les efforts déployés par des médias financés par Moscou, *RT* (anciennement Russia Today) et *Sputnik*? Des politiciens et spécialistes accusent en effet Vladimir Poutine de mener une « guerre de l'information » qui viserait à exploiter les tensions sociales de différents pays durant leurs processus électoraux. Une partie de la désinformation pro-Brexit dans le cadre du référendum sur l'appartenance du Royaume-Uni à l'Union européenne, l'intervention pro-Trump dans le cadre de la présidentielle américaine de 2016 ou le comportement anti-Macron de *RT* et *Sputnik* dans le cadre de la présidentielle française de 2017 s'inscriraient dans cette logique.

Enjeux pour le journalisme

Tout comme les chercheurs, les médias s'intéressent beaucoup à la question. Les rubriques de vérification des faits se sont multipliées en même temps que les fausses nouvelles. Le quotidien français *Le Monde* a ses Décodeurs, le *Washington Post*, son équipe de Fact Checker, dont Donald Trump est un « client » régulier. Selon les données de l'équipe du *Post* (au 31 mai 2018), le président avait fait, depuis son assermentation en janvier 2017, 3251 affirmations fausses ou trompeuses, soit une moyenne de 6,5 par jour (Kessler, Rizzo et Kelly, 2018). Cela a de quoi étonner. En décembre 2016, dès après l'élection présidentielle américaine, Facebook, soucieux de répondre aux critiques, s'était associé, aux États-Unis, à quelques médias et entreprises de *fact-checking*, dont l'agence Associated Press, pour combattre les fausses nouvelles. Depuis, ce partenariat, qui aurait connu ses hauts et ses bas, s'est élargi à plusieurs pays, dont la France, l'Allemagne, l'Inde et les Philippines (Funke, 2018).

Chaque samedi, le quotidien *Le Soleil*, de Québec, publie un texte de vérification de faits de la semaine écoulée, préparé par l'agence Associated Press. Le samedi 9 juin 2018, une des fausses nouvelles débusquées concerne le pape François. Selon le faux article diffusé

par au moins deux sites Internet, le pape aurait ordonné « aux femmes blanches de “se reproduire” avec des musulmans ». On dit aussi que le pape « avait comparé Jésus au dirigeant d’une “secte terroriste islamiste” » (Associated Press, 2018).

Faut-il consacrer du temps et des ressources à réfuter des informations aussi loufoques qu’incroyables ? Certains croient que ces rectifications sont inutiles, voire nuisibles, en ce sens qu’elles contribuent parfois, tout en les réfutant, à répandre les fausses informations. Comme nous l’avons vu, le pape François avait déjà été le sujet bien involontaire d’une fausse nouvelle (son appui à Donald Trump) qui, bien que tout aussi invraisemblable, avait connu un énorme succès de partage entre internautes. Le « succès » de telles absurdités permet de penser que les médias n’ont sans doute pas tort de croire que leur réfutation est utile et fait partie de la nécessaire lutte aux fausses nouvelles⁸.

De récentes enquêtes d’opinion internationales réalisées dans de nombreux pays (Edelman, 2018 ; Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018) montrent aussi que les fausses nouvelles préoccupent une partie importante du public. Au Canada, 65 % des répondants à l’enquête Edelman s’inquiètent de l’utilisation des fausses nouvelles comme une arme (« as a weapon »). Dans le cas du Digital News Report de l’Institut Reuters⁹, et lorsqu’il s’agit des nouvelles en ligne, 60 % des répondants canadiens disent se préoccuper de la distinction entre le vrai et le faux. Ces enquêtes montrent aussi que la confiance envers les médias et les journalistes est mitigée et variable d’un pays à l’autre. Elle est plutôt stable, voire en légère hausse au Canada (à 49 % dans le cas d’Edelman), en déclin aux États-Unis. 55 % des répondants canadiens à l’enquête de l’institut Reuters se disent très ou extrêmement préoccupés par la qualité médiocre du journalisme (erreurs factuelles, simplification à outrance, titres trompeurs). La crédibilité des médias et des journalistes reste malgré tout bien plus grande que le crédit que récoltent les médias sociaux.

8. Le journaliste Jean-François Cliche publie fréquemment au journal *Le Soleil* une chronique de Vérification de faits ou de déclarations tirés de l’actualité. Ses commentaires largement documentés et ses conclusions souvent nuancées constituent un exemple réussi de ce type de travail.

9. Le Centre d’études sur les médias est le partenaire canadien de cette enquête annuelle.

Les grands médias doivent toutefois éviter de donner trop de leçons. L'histoire montre en effet qu'ils n'échappent pas à la propagande, aux fausses nouvelles et aux imposteurs. Rasmus Kleis Nielsen, directeur de la recherche du Reuters Institute, croit à ce sujet que l'utilisation répétée du terme trompeur « *fake news* » fait écho à une crise de confiance de longue date, alors qu'une partie importante de l'opinion considère ne plus pouvoir faire confiance aux informations ("*news*"), en particulier dans les pays où la politique est très polarisée et où les médias sont vulnérables à des pressions économiques ou politiques indues¹⁰ » (University of Oxford, 2018).

Les sites critiquant les médias abondent sur Internet. La gauche leur reproche leur proximité avec le grand capital et le pouvoir. En Europe, les sites dits de « réinformation », souvent proches de l'extrême droite, pullulent. Tout se mélange en un étrange salmigondis où on peine à distinguer l'information de la désinformation, les faits de l'opinion, le vrai du faux. « Abandonner les faits, écrit l'historien Timothy Snyder, c'est abandonner la liberté. Si rien n'est vrai, nul ne peut critiquer le pouvoir faute de base pour le faire. Si rien n'est vrai, tout est spectacle. » (Snyder, 2017). Donald Trump n'en est-il pas l'illustration ultime ?

Présentation de l'ouvrage

Ce livre se divise en trois parties. Dans un premier temps, nous nous interrogeons sur le concept même de *fake news* qui, comme nous l'avons vu, ne fait pas l'unanimité et sur l'intérêt même d'en débattre. Nous examinerons ensuite le travail des journalistes et leur contribution à la lutte aux fausses nouvelles. Enfin, nous reprenons la question essentielle que pose le problème des fausses nouvelles. Comment les citoyens peuvent-ils s'assurer de la valeur de l'information ? L'État a-t-il un rôle à jouer à cet égard ?

Fake news, false news, fausses nouvelles, propagande, désinformation, de quoi parlons-nous ? Comment aborder l'étude de ce phénomène ? Les réflexions de pionniers de l'analyse des fausses nouvelles ou de l'Internet amorcent ce livre. Samantha Bradshaw et Philip Howard, de l'Oxford Internet Institute, qui utilisent le terme

10. Notre traduction.

expressif de « *junk news* » ou « nouvelles bidon » (notre traduction) font état de leurs travaux sur la diffusion automatisée de la propagande qui manifestent l'ampleur du problème. Guillaume Latzko-Toth croit qu'il faut voir les fausses nouvelles comme un élément d'un écosystème médiatique global plutôt que comme un système alternatif ou parallèle, comme le croient certains chercheurs (Starbird, 2017). Notre collègue Serge Proulx qui étudie depuis longtemps la réception et les effets des médias se demande s'il ne faut pas voir le succès des fausses nouvelles comme une réaction des « exclus » qui auraient l'impression que « la vérité des médias de masse n'est plus "leur vérité" ». Cette première partie commence par un texte de Tommaso Venturini, à l'enseigne d'une certaine provocation. Il se demande si nous ne parlons pas trop des fausses nouvelles. Sa réputation d'expert ès-fausse nouvelles le laisse aussi pantois.

Les fausses nouvelles, plus encore leur instrumentalisation politique par le président Trump et consorts, ont bouleversé le monde de l'information, aux États-Unis en particulier. Le journalisme doit-il se réinventer à l'ère des fausses nouvelles et des semi-vérités ? Si oui, comment ?

La vérification des faits n'est pas une mauvaise idée, mais cela ne suffit sans doute pas comme l'expliquent Craig Silverman, le père de l'expression *fake news* sous sa forme numérique, et Jean-Marc Fleury, pionnier du journalisme scientifique au Québec, qui plaident pour une collaboration des journalistes et des scientifiques. Des articles de Jeff Yates, qui a fait depuis 2014 à Montréal une spécialité de la vérification des faits et de Nadine Kozak et ses collègues, qui relatent les efforts du groupe de journalistes StopFake.org pour contrer les fausses nouvelles en Ukraine, font aussi partie de cette section. Cette partie du livre se conclut avec un texte de l'éditeur du magazine Harper's, John R. MacArthur, dont l'enquête de 1992 sur la guerre du Golfe a contribué à mettre à jour l'une des plus importantes opérations de désinformation des dernières décennies.

La troisième partie du livre est davantage liée aux fausses nouvelles sur les médias sociaux et aux façons de les endiguer. Faut-il faire confiance à Facebook et à ses semblables qui réitèrent régulièrement leurs promesses de limiter leur diffusion ? Faut-il plutôt demander à l'État d'intervenir ? Si oui, comment le faire sans restreindre la liberté d'expression et verser dans la censure ?

En France, la proposition de loi sur les fausses nouvelles (devenue ensuite la manipulation de l'information) donne lieu, depuis sa présentation, au printemps 2018, à de très nombreuses critiques, en particulier de la presse, qui n'arriveront sans doute pas à faire modifier de façon substantielle le projet original issu, dit-on, de la volonté ferme du président Macron (Fenoglio, 2018). Notre collègue Emmanuel Derieux explique pourquoi ce projet ne lui semble guère utile. L'Allemagne avait joué un rôle pionnier en la matière en légiférant dès 2017. Le professeur Bernd Holznagel analyse de façon détaillée « l'approche allemande pour lutter contre les fausses nouvelles, la violence et le discours terroriste sur les réseaux sociaux ». Enfin Christopher Terry revient, dans une perspective américaine, sur le séminaire d'octobre dernier proposé par le Centre d'études sur les médias et nous dit comment la protection constitutionnelle de la liberté de la presse aux États-Unis y rend difficile toute intervention de l'État.

Plutôt que de recourir à l'État, ne faut-il pas fournir au citoyen des outils lui permettant de se prémunir contre les fausses nouvelles ? Les textes de Victoria Rubin et de Normand Landry, qui amorcent cette troisième partie de l'ouvrage, vont dans ce sens. L'une développe des algorithmes permettant de détecter la tromperie, les travaux de l'autre portent sur l'éducation aux médias.

L'ouvrage se termine avec un texte de l'historien Michael Palmer qui nous rappelle avec humour que les fausses nouvelles ne sont pas nées avec Facebook. Il y a eu, rappelle-t-il, il y a et il y aura encore des fausses nouvelles.

RÉFÉRENCES

Associated Press. « Ce n'est pas arrivé cette semaine », *Le Soleil*, 9 juin 2018, p. 43.

Audureau, W. « Pourquoi il faut arrêter de parler de “fake news” », *Le Monde*, 31 janvier 2017. Repéré à https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/31/pourquoi-il-faut-arreter-de-parler-de-fake-news_5072404_4355770.html.

Bernays, E. *Propaganda*, Montréal, Lux Éditeur, 2008.

- CNBC. «Trump to CNN reporter: You are fake news», *CNBC*, 11 janvier 2017. Repéré à <https://www.cnn.com/video/2017/01/11/trump-to-cnn-reporter-you-are-fake-news.html>.
- Davis, J.L. «Social Media», dans G. Mazzoleni (dir.), *The International Encyclopedia of Political Communication*, Chichester, West Sussex, Wiley Blackwell, 2016.
- Edelman Trust Barometer. 2018 *Edelman Trust Barometer Global Report*, 2018. Repéré à <https://www.edelman.com/trust-barometer>.
- Ellul, J. *Histoire de la propagande*, Paris, Presses Universitaires de France, 1967.
- Fenoglio, J. «Loi sur les “fake news” : la confiance dans l’information ne se décrète pas», *Le Monde*, 8 juin 2018. Repéré à https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/06/07/fake-news-une-loi-inutile_5311093_3232.html.
- Fletcher, R., Cornia, A., Graves, L., et Nielsen, R. K. *Measuring the Reach of “Fake News” and Online Disinformation in Europe*, University of Oxford: Reuters Institute, 2018. Repéré à <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/measuring-reach-fake-news-and-online-disinformation-europe>.
- Funke, D. «In one month, Facebook doubled the countries using its fact-checking tool-all outside the West», *Poynter*, 18 avril 2018. Repéré à <https://www.poynter.org/news/one-month-facebook-doubled-countries-using-its-fact-checking-tool-all-outside-west>.
- Guess A., Nyhan, B. et Reifler, J. *Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the Consumption of Fake News During the 2016 U.S. Presidential Campaign*, Brussels, European Research Council, 2018. Repéré à <https://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf>.
- Heller, S. «Bat Boy, Hillary Clinton’s alien baby, and a tabloid’s glorious legacy», *The Atlantic*, 16 octobre 2014. Repéré à <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2014/10/the-ingenious-sensationalism-of-the-weekly-world-new/381525/>.
- Kessler, G., Rizzo, S. et Kelly, M. «President Trump has made 3,251 false or misleading claims in 497 days», *The Washington Post*, 1^{er} juin 2018. Repéré à <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2018/06/01/president-trump-has-made-3251-false-or-misleading-claims-in-497-days/>.
- Knightley, P. *The First Casualty: The War Correspondent as Hero and Myth-Maker from the Crimea to Iraq* (3^e éd.), Washington, D.C., The Johns Hopkins University Press, 2004.

- Lazer, D. et collab. « The science of fake news », *Science*, vol. 359, n° 6380, 9 mars 2018, p. 1094-1096.
- Monmouth University Poll. « National : “fake news” threat to media ; editorial decisions, outside actors at fault », 2 avril 2018. Repéré à https://www.monmouth.edu/polling-institute/documents/monmouthpoll_us_040218.pdf/.
- Nyhan, B. « Fake news and bots may be worrisome, but their political power is overblown », *New York Times*, 13 février 2018. Repéré à <https://www.nytimes.com/2018/02/13/upshot/fake-news-and-bots-may-be-worrisome-but-their-political-power-is-overblown.html>.
- Pariser, E. *The Filter Bubble : What the Internet is Hiding from You*, New York, Penguin Press, 2011.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. *Digital News Report*, Oxford, Oxford University, 2018. Repéré à <http://www.digitalnewsreport.org/>.
- Savochenko, O. « L'in vraisemblable mise en scène de l'assassinat du journaliste russe Arkadi Babtchenko », *Le Devoir*, 1^{er} juin 2018. Repéré à <https://www.ledevoir.com/monde/europe/529073/kiev-accuse-moscou-du-meurtre-d-un-journaliste-russe>.
- Schwartz, J. « Trump's “fake news” mantra a hit with despots », *Politico*, 8 décembre 2017. Repéré à <https://www.politico.com/story/2017/12/08/trump-fake-news-despots-287129>.
- Silverman, C. « I helped popularize the term “fake news” and now I cringe every time I hear it », *BuzzFeed*, 31 décembre 2017. Repéré à <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-cringe>.
- Silverman, C. « This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on Facebook », *BuzzFeed*, 16 novembre 2016. Repéré à <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>.
- Silverman, C. et Alexander, L. « How teens in the Balkans are duping trump supporters with fake news », *BuzzFeed*, 3 novembre 2016. Repéré à <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo>.
- Snyder, T. *De la tyrannie : Vingt leçons du XX^e siècle*, Paris, Gallimard, 2017.
- Starbird, K. *Examining the Alternative Media Ecosystem through the Production of Alternative Narratives of Mass Shooting Events on Twitter*, Association for the Advancement of Artificial Intelligence, 2017. Repéré à http://faculty.washington.edu/kstarbi/Alt_Narratives_ICWSM17-CameraReady.pdf.

- Sunstein, C. R. *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton, Princeton University Press, 2017.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W. et Ling, R. « Defining “fake news” », *Digital Journalism*, vol. 6, n° 2, 2018, p. 137-153.
- Tucker, J. et collab. *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*. Hewlett Foundation, 2018. Repéré à <https://www.hewlett.org/wp-content/uploads/2018/03/Social-Media-Political-Polarization-and-Political-Disinformation-Literature-Review.pdf>.
- Uberti, D. « The real history of fake news », *Columbia Journalism Review*, 15 décembre 2016. Repéré à : https://www.cjr.org/special_report/fake_news_history.php/.
- University of Oxford. « Facebook used less for news as discussion moves towards messaging apps », *University of Oxford*, 14 juin 2018. Repéré à <http://www.ox.ac.uk/news/2018-06-14-facebook-used-less-news-discussion-moves-towards-messaging-apps>.
- Volkoff, V. *Petite histoire de la désinformation*, Monaco, Éditions du Rocher, 1999.
- Vosoughi, S., Roy, D. et S. Aral, « The spread of true and false news online », *Science*, vol. 359, n° 6380, 9 mars 2018, p. 1146-1151.
- Yates, J. « Facebook a supprimé 583 millions de faux comptes... en trois mois », *Radio-Canada*, 15 mai 2018. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1101159/facebook-a-supprime-583-millions-de-faux-comptes-en-3-mois>.
- Yates, J. « Entrevue avec un Québécois responsable d’une des pires sources de désinformation au monde », *Radio-Canada*, 27 mars 2017. Repéré à <http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1024190/entrevue-quebecois-responsable-pires-sources-desinformation-monde-world-news-daily-report-journal-mourreal>.

PREMIÈRE PARTIE
DE QUOI PARLE-T-ON?

1

Sur l'étude des sujets populaires ou les confessions d'un spécialiste des fausses nouvelles

TOMMASO VENTURINI

Dans ce chapitre, pour des raisons que j'essaierai de clarifier, je parlerai moins des fausses nouvelles que de *l'étude* des fausses nouvelles. Je ferai de mon mieux pour établir une distinction nette entre les deux, car elle me semble essentielle pour éviter le risque de se perdre dans l'imbroglio de cet objet d'étude bien épineux. Ce risque concerne le débat public dans les démocraties modernes, mais également (et très distinctement) les chercheurs qui étudient les fausses nouvelles.

Personnellement, j'ai une relation amour-haine avec les fausses nouvelles. Bien que d'être qualifié d'expert en la matière me met très mal à l'aise, je n'ai jamais été aussi populaire qu'après avoir commencé à travailler sur ce sujet. Lorsqu'en mars 2017 Liliana Bounegru, Jonathan Gray et moi-même avons lancé le *Fake News Field Guide* en tant que premier projet du tout nouveau Public Data Lab (je reviendrai plus tard sur cette initiative), nous ne pouvions imaginer que nous serions en mesure d'attirer autant d'attention. En quelques mois, nous avons été contactés par des dizaines de chercheurs et professionnels du monde entier. Plusieurs organisations nous ont invités à utiliser leurs bases de données et leurs technologies et nous avons reçu des dizaines de demandes d'entrevues de journalistes de différents médias.

J'ai souvent entendu des artistes se plaindre d'être connus davantage pour leurs œuvres les plus populaires que pour leurs meilleures contributions. Je sais maintenant que ce sentiment existe également chez les chercheurs.

Cinq raisons pour NE PAS parler des fausses nouvelles

Je ne veux pas paraître snob : j'apprécie la réputation d'expert. Je crois simplement que cette réputation n'est pas méritée en ce qui concerne les fausses nouvelles. Je n'essaie pas non plus d'être modeste. Ce n'est pas seulement moi ; personne, à mon avis, ne peut honnêtement prétendre être un « expert des fausses nouvelles », pour la simple raison qu'il n'existe aucun moyen sérieux de délimiter un tel champ d'expertise. Au contraire, les chercheurs qui travaillent sur le sujet s'accordent pour dire qu'on devrait arrêter d'utiliser cette notion et commencer à la dénoncer activement. J'ai trouvé, dans la littérature, au moins cinq bonnes raisons pour lesquelles on devrait éviter la notion de « fausses nouvelles » ; cinq raisons pour lesquelles cet article ne concerne pas les fausses nouvelles.

- 1- La première raison est liée à l'ambiguïté du terme. Une étude récente de Tandoc, Lim et Ling (2018) a passé en revue les définitions de « fausses nouvelles » tirées de 34 articles publiés entre 2003 et 2017 et a révélé que les auteurs utilisaient le terme pour désigner des phénomènes aussi différents que la satire, la parodie, la fabrication, la manipulation, la publicité intégrée (*native advertising*) et la propagande. Dans un texte sur son blogue intitulé *Stop saying « fake news ». It's not helping* (2017), Ethan Zuckerman, directeur du MIT Center for Civic Media, reproche à la notion d'être :

un terme vague et ambigu qui englobe tout ce qui va du faux équilibre (nouvelles réelles, mais qui ne méritent pas notre attention) à la propagande (discours militant conçu pour soutenir un parti ou un autre) et à la désinformation (l'information conçue pour semer le doute et accroître la méfiance envers les institutions) (Zuckerman, 2017, notre traduction).

- 2- En raison de son ambiguïté, le terme « fausses nouvelles » est non seulement scientifiquement imprécis, mais aussi politiquement dangereux, car il se prête à être utilisé comme une arme pour discréditer des sources d'information adverses (le président Donald Trump a fourni plusieurs excellents exemples d'une telle utilisation). Puisqu'il n'y a pas de manière précise de délimiter les fausses nouvelles, le terme ne devient rien de plus qu'une accusation rhétorique. Claire Wardle, directrice générale de *First Draft* (une coalition à but non lucratif regroupant les principales plateformes journalistiques et médiatiques)¹, et Hossein Derakhshan ont écrit dans un rapport sur la désinformation pour le Conseil de l'Europe :

Le terme « fausse nouvelle » a également commencé à être utilisé par les politiciens du monde entier pour décrire la couverture d'organes de presse qu'ils jugent désagréable. De cette façon, le terme devient un outil par lequel les puissants peuvent réprimer, restreindre, saper et contourner la presse indépendante. (Wardle et Derakhshan, 2017, notre traduction)

Il convient également de noter que le terme et ses dérivés visuels (par exemple, le timbre rouge « FAKE ») ont été plus largement utilisés par des sites Web, des organisations et des personnalités politiques jugés indignes de confiance par les vérificateurs de faits afin de saper des entreprises de presse et des reportages adverses. (Haigh, Haigh et Kozak, 2017, cités par Wardle et Derakhshan, 2017, notre traduction)

- 3- Vaguement définies comme « informations fausses ou biaisées diffusées par les médias pour influencer le débat public », les fausses nouvelles finissent par être assimilées aux formes antérieures de désinformation, et en particulier à la propagande, qui fait l'objet de recherches depuis le début du XX^e siècle (voir entre autres Lasswell, 1927 ; Ellul, 1965 ; Chomsky, 1991). Bien sûr, on dit que les fausses nouvelles sont spécifiquement liées aux plateformes numériques et aux médias sociaux, mais les attributs généralement utilisés pour les définir sont ceux habituellement associés à la

1. Voir firstdraftnews.com.

propagande – par exemple, le fait de comporter un contenu trompeur ou inexact, de promouvoir des objectifs politiques partisans, de viser des réactions émotionnelles plutôt qu'une considération rationnelle, d'être répétées par différentes sources ou amplifiées par le bouche-à-oreille.

Paradoxalement, la montée qu'on dit sans précédent des fausses nouvelles tend à mobiliser les mêmes préoccupations qui ont longtemps été soulevées par rapport à la propagande classique, au lieu de cibler les dangers spécifiques de cette forme contemporaine de désinformation (Jack, 2017, notre traduction).

- 4- Le fait de présenter l'avènement des « fausses nouvelles » comme le début d'une nouvelle « ère post-vérité » (Keyes, 2004) est également trompeur puisque cela présuppose l'existence d'un moment dans l'histoire où la distinction entre le vrai et le faux n'était pas problématique. Or, s'il y a une leçon à tirer d'un demi-siècle d'études des sciences et technologies (la discipline d'où je viens), c'est que la séparation entre le vrai et le faux n'a jamais été évidente (Lynch, 2017). Certes, cela ne signifie pas que le vrai et le faux sont la même chose, mais cela signifie que leur opposition n'est pas binaire ou absolue. Comme cela a été montré à maintes reprises par les chercheurs en sciences et technologies, une distinction manichéenne entre vrai et faux ne suffit pas pour saisir les processus de vérification et falsification des théories. La dichotomie vrai/faux ne parvient pas à rendre la manière dont les faits scientifiques sont construits par le travail des laboratoires scientifiques (Latour et Woolgar, 1979). Loin d'être établis par la seule force des preuves, les faits scientifiques sont établis et maintenus par un travail complexe et patient de vérification. Ceci vaut *a fortiori* pour le journalisme, dont les procédures de vérification sont moins formalisées. La notion de « fausses nouvelles » est trompeuse parce qu'elle suppose que les nouvelles malveillantes sont « fabriquées », alors que les vraies émanent directement de la réalité. Cela revient à nier l'essence même de la médiation journalistique, qui consiste à sélectionner, combiner, traduire et présenter différents éléments d'information. La distinction cruciale

n'est donc pas entre information fabriquée et information inaltérée, mais entre nouvelles bien construites et nouvelles mal construites (voir Tuchman, 1978 ; Schudson, 1989).

- 5- Enfin, les « fausses nouvelles » véhiculent l'idée que le but principal de ces histoires est d'amener les lecteurs à les croire. Bien que ce soit parfois le cas, de nombreuses histoires qualifiées de fausses nouvelles circulent sans demander à ceux qui les diffusent une « adhésion cognitive ». Certaines fausses histoires sont publiées dans des pages satiriques qui ne cachent pas leur manque de véracité ; d'autres sont mises de l'avant par des médias d'information qui affichent leurs partis pris idéologiques ; d'autres encore ne sont que des titres utilisés pour inciter les lecteurs à cliquer sur des liens ou à consulter des pages. Lorsqu'il est question de fausses nouvelles, la vérité est souvent surestimée :

[...] alors que les « fact checkers », appartenant à ce qu'on a appelé ailleurs la « communauté des réalistes », la *reality-based community* (Mankoff, 2016), définissent les fausses nouvelles comme des informations fausses, trompeuses ou non vérifiables, les fausses nouvelles pourraient jouer un rôle tout à fait différent pour les utilisateurs qui les partagent sur Facebook. Elles pourraient entre autres jouer le rôle de piège à clics monnayable pour les pages de contenu viral, fournir du contenu sur certains enjeux aux groupes militants, ou aux partisans politiques faisant campagne, ou encore fournir des contenus humoristiques aux groupes axés sur le divertissement (Bounegru et collab., à paraître, notre traduction).

Le critique et l'argent de la critique

Bien que les cinq critiques mentionnées ci-dessus ne soient pas exhaustives, elles suffisent à discréditer les « fausses nouvelles » en tant que notion scientifique et à rendre embarrassante ma prétendue expertise dans ce domaine. Mais il y a pire. Si ces arguments *négatifs* me mettent mal à l'aise, il existe un argument *positif* qui me fait sentir absolument coupable. Car bien sûr, il est possible de parler de façon *positive* des fausses nouvelles. Ce n'est pas parce qu'une chose ne peut

être précisément définie que ses effets ne peuvent être observés, et ce n'est pas parce qu'une chose a des antécédents que ses éléments de nouveauté ne peuvent être reconnus. Si l'expression « fausses nouvelles » est devenue si populaire, si des dizaines de projets de recherche ont été lancés sur le sujet, si des centaines de séminaires ont été organisés, si des milliers d'articles de journaux ont traité la question, cela ne peut pas être seulement un vaste malentendu ou un effet de mode. Ou plutôt, c'est précisément cet effet de mode qui est le plus intéressant.

J'ai expérimenté cet « effet de mode » pour la première fois au lendemain de l'élection présidentielle française de 2017. En essayant de développer un protocole pour étudier la diffusion de fausses nouvelles (voir Bounegru et collab., 2017), Mathieu Jacomy, Anders Munk et moi-même avons décidé de suivre l'histoire qui s'approchait le plus de l'archétype de la fausse nouvelle – l'équivalent français du canular « *Pope endorses Trump* » (www.snopes.com/pope-francis-donald-trump-endorsement/). Nous avons choisi une histoire selon laquelle Emmanuel Macron (qui a fini par remporter les élections) était homosexuel et soutenu par un lobby gai. Chose remarquable, alors que des dizaines de sites Web et des comptes de médias sociaux ont retransmis l'histoire, la grande majorité d'entre eux l'ont fait en l'étiquetant explicitement comme une fausse nouvelle. Outre la publication originale sur le site de l'agence d'information russe Sputnik News (fr.sputniknews.com) et quelques comptes Twitter et pages Facebook assez marginaux, peu de sources ont présenté l'histoire comme étant crédible. La plupart des sites qui ont mentionné l'histoire l'ont fait dans le but de la démystifier et surtout pour présenter un exemple type de fausse nouvelle française.

À la suite des présidentielles américaines de 2016, de nombreux observateurs s'attendaient à ce que les élections françaises deviennent le théâtre d'une prolifération similaire de désinformation. Pour plusieurs raisons (je reviendrai plus loin sur l'une d'entre elles), ce n'a pas été le cas et les commentateurs français se sont retrouvés avec peu d'exemples de fausses nouvelles à se mettre sous la dent, à l'exception de l'histoire sur la prétendue homosexualité de Macron. Et cette histoire a fait parler, non pas parce que quelqu'un y a cru (ou s'en est soucié), mais parce que l'histoire incarnait à merveille l'image de la fausse nouvelle : elle impliquait la propagande russe, contenait

des implications scabreuses, résonnait avec des rumeurs au sujet du mariage de Macron, etc. Si la fausse nouvelle « Macron est gai » n'a pas suscité en elle-même beaucoup d'intérêt, la nouvelle « La propagande russe aide les trolls français à répandre des calomnies au sujet de Macron » a quant à elle capté l'attention. Très rapidement, même Spoutnik News a publié un article traitant de la circulation de l'histoire plutôt que de son contenu.

L'exemple suggère que c'est la « viralité », plutôt que la « fausseté » qui devrait être considérée comme la signature d'une fausse nouvelle. Les fausses nouvelles ressemblent davantage aux memes² Internet qu'à la propagande classique (Shifman, 2013). Elles ne se propagent pas parce que les gens y croient (bien que ce soit parfois le cas), mais plutôt parce que les gens (les journalistes, les blogueurs, les « influenceurs » et les utilisateurs de médias sociaux) aiment en parler. Les fausses nouvelles sont l'équivalent politique des « LOLcats » (les célèbres images combinant photographie de chats et légendes humoristiques) et leur viralité est telle qu'elle s'étend aussi à la plupart des initiatives qui les combattent.

Je ne peux m'empêcher de rire à voir l'ironie de gens qui dénoncent de toutes parts les fausses nouvelles et qui pointent en même temps du doigt la nouvelle au sujet du soutien que le Pape aurait offert à Trump. Si tant de progressistes connaissent cette histoire, c'est parce qu'elle s'est répandue dans les cercles libéraux qui la qualifiaient d'épouvantable et de fausse. J'ai bien l'impression que les libéraux ont été beaucoup plus susceptibles de diffuser cette histoire que les conservateurs. Si vous dirigiez un site de fausses informations dont le but est de faire de l'argent en incitant les gens à diffuser de la désinformation, vous ne pourriez pas espérer mieux. Le fait d'amener les sceptiques à cliquer sur un piège à clics est beaucoup plus rentable que d'attirer des sympathisants, parce que les premiers sont beaucoup plus susceptibles de diffuser le message pour en dénoncer le contenu. (Boyd, 2017, notre traduction)

La dénonciation des fausses nouvelles fonctionne comme une maladie auto-immune : elle commence comme une réponse saine face à une infection virale, mais risque de provoquer une mobilisation exagérée qui devient presque aussi néfaste que l'infection elle-même.

2. NDLR « Un meme Internet est un élément ou un phénomène repris et décliné en masse sur Internet. C'est un anglicisme venant d'« Internet meme ». » (Wikipédia).

Les fausses nouvelles sont toxiques moins parce qu'elles promeuvent la croyance en de fausses informations, que parce qu'elles saturent le débat public (et dans une certaine mesure le débat universitaire) d'un déluge de répétitions et de variations des mêmes mêmes. Les fausses nouvelles polluent le débat comme une marée verte : leur prolifération sature les systèmes en puisant l'oxygène de toutes les autres discussions, ce qui réduit la diversité du débat public et empêche que des sujets importants soient entendus et discutés.

Ainsi, les efforts de dénonciation finissent par amplifier le problème qu'ils essaient de résoudre. Cela, d'ailleurs, s'applique non seulement à la démythification de fausses informations individuelles, mais aussi à la critique de la notion de « fausses nouvelles » (exactement ce que j'ai fait dans la première partie de ce chapitre). Loin de permettre aux experts des fausses nouvelles de se racheter, le fait d'adopter une attitude critique ne fait qu'empirer les choses, puisqu'en discréditant les fausses nouvelles, nous continuons d'en parler. Il est facile de se moquer des initiatives de démythification et de montrer comment elles peuvent être contre-productives, mais en cela nous finissons par commettre le même péché que celui contre lequel nous prêchons. S'ériger en arbitres de sujets à la page c'est vouloir le beurre et l'argent du beurre – profiter de la visibilité de la mode, tout en évitant la honte d'être à la mode.

Le rêve et le cauchemar de Gabriel Tarde

Bien sûr, critiquer les fausses nouvelles (et la notion de « fausses nouvelles ») vaut mieux que les promouvoir, mais ce n'est pas assez. Si nous participons au tam-tam, essayons au moins de faire de la bonne musique. C'est exactement ce que le Public Data Lab (PDL) tente de faire. Le PDL (publicdatalab.org) est un réseau de chercheurs européens travaillant sur les données et les méthodes numériques. Il trouve sa particularité dans une approche à la fois pragmatique et interventionniste des études des médias.

Pragmatique, parce que plutôt que d'étudier la médiation numérique en théorie, nous souhaitons utiliser les traces produites par cette médiation afin d'enquêter sur les dynamiques sociales en pratique (Venturini et collab., 2017). *Interventionniste*, parce que cette enquête n'est pas seulement l'observation d'une situation

externe, mais aussi un engagement à promouvoir le débat public autour de questions sociales (au sens de Dewey, 1938 et, plus précisément, 1946). Cela ne signifie pas que nous avons toujours l'intention de pousser les choses dans un sens ou dans l'autre (bien que cela puisse arriver), mais que nous espérons fortement que nos interventions laisseront une empreinte dans la discussion entourant les sujets que nous étudions.

Au moment où nous avons commencé à travailler sur les fausses nouvelles, nous avions ces deux idées bien en tête. Nous voulions tirer parti de leur contagion et en faire une occasion de recherche. Deux occasions en fait : une occasion de repenser les études des médias de manière plus *pragmatique* et une occasion d'*intervenir* dans le débat sur l'organisation du système des médias.

Pour saisir la première occasion, nous avons lancé le *Fake News Field Guide* avec l'objectif de déplacer la discussion universitaire de la notion de « fausses nouvelles » vers la question de comment celles-ci peuvent être étudiées empiriquement. C'est pourquoi le *Field Guide* est un recueil de « recettes » méthodologiques. En jouant avec le style « livre de recettes », nous avons tenté de dédramatiser et de faire voir que l'étude des fausses nouvelles ouvre des perspectives intéressantes sur le système médiatique. Nous avons identifié cinq de ces perspectives (mais la liste n'est certainement pas exhaustive) : enquêter sur les « fausses histoires » pour comprendre de quelle façon les pages Facebook publiques créent différents publics et centres de discussion (chapitre 1) ; suivre les « fausses informations » pour retracer comment l'information virale circule (chapitre 2) ; examiner le *web tracking* par lequel les différents sites d'informations suivent la trace de leurs visiteurs et monnayent leur auditoire (chapitre 3) ; étudier de quelle façon les « fausses histoires » circulent non seulement sous la forme d'articles de presse classiques, mais aussi sous la forme d'images mémétiques (chapitre 4) ; étudier de quelle façon les « fausses nouvelles » sont utilisées dans le contexte des campagnes de trollage (*trolling*) en ligne (chapitre 5).

D'après la liste ci-dessus, il devrait être clair que nous étions moins intéressés par les fausses nouvelles elles-mêmes que par une série de dynamiques plus générales des médias en ligne. En raison de leur relative simplicité (les fausses nouvelles sont généralement plus racoleuses que les nouvelles ordinaires), leur exagération (ce qui