



HAL
open science

Fake news

François Allard-Huver

► **To cite this version:**

François Allard-Huver. Fake news. Pauline Escande-Gauquié; Bertrand Naivin. Comprendre la culture numérique, Dunod, pp.58-66, 2019, 978-2-10-079584-0. hal-02456608

HAL Id: hal-02456608

<https://hal.science/hal-02456608v1>

Submitted on 29 Jul 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Allard-Huver François
Centre de recherche sur les médiations
Université de Lorraine

Fake news

Popularisé par Donald Trump durant la campagne électorale de 2016 pour qualifier ses opposants et également les journaux qui lui sont critiques, la formule de « fake news » – fausses nouvelles – s’est diffusée au travers des réseaux sociaux et des médias à partir de l’année 2017 pour atteindre un pic d’attention en 2018 (GoogleTrends, 2019). La campagne présidentielle française de 2017 véhiculera également son lot de « fake news » dont nombre de personnalités politiques deviennent cette fois-ci les cibles : entre la prétendue Rolex de Jean-Luc Mélenchon au compte dans les Bahamas d’Emmanuel Macron, des campagnes de dénigrement et désinformation se multiplient et circulent rapidement sur les réseaux.

Cependant, si l’expression « fake news » est celle qui est le plus entrée dans le vocabulaire, il est intéressant de se pencher sur sa traduction officielle décidée par la Commission d’enrichissement de la langue française : « infox ». Ainsi, le Journal Officiel, précise la définition de ce « nouveau » phénomène : « information mensongère ou délibérément biaisée, répandue par exemple pour favoriser un parti politique au détriment d’un autre, pour entacher la réputation d’une personnalité ou d’une entreprise, ou encore pour contredire une vérité scientifique établie ». Loin de se limiter au seul domaine politique, les infox contamineraient donc l’ensemble de l’espace public, s’attaquant tout autant à la réputation des individus ou des marques, qu’aux faits scientifiques. La question de la vérité est ici soulevée quand bien même nombre de penseurs et de chercheurs ont essayé de montrer que l’existence même de la vérité dans la sphère publique ne va pas de soi et que, de tout temps et de toute époque, vérité et opinion ne font guère bon ménage. Ainsi, pour se défendre d’avoir diffusé des chiffres fantaisistes concernant le public présent à l’investiture du président Trump, la conseillère Kellyanne Conway forgera une expression restée célèbre : « Vous dites que c’est un mensonge [...] Sean Spicer notre porte-parole vous a donné des faits alternatifs [“alternative facts”] » (Revesz, 2017). Le « faux » devient « l’alternatif » et, dès lors, parmi certains se diffuse le soupçon qu’il existe d’autres faits, une autre « vérité », dissimulés par la presse et les médias « mainstream ». Les fake news s’inscrivent alors dans un contexte particulier, celui de la « post-vérité ». Mot de l’année 2016 selon le dictionnaire d’Oxford, « post-vérité » : « fait référence ou dénote des circonstances dans lesquelles les faits objectifs ont moins d’influence pour former l’opinion publique que les appels à l’émotion ou aux opinions personnelles » (Oxford, 2016). Plus encore, il est intéressant de constater que si l’expression anglo-saxonne précise la notion de « fausseté » de l’information, elle ne sous-entend pas forcément une intentionnalité négative. En effet, bon nombre de commentateurs des « fake news » insistent sur la nécessité de faire la différence entre la *mésinformation* c’est-à-dire le partage malencontreux d’informations incorrectes a contrario de la *désinformation*, c’est-à-dire la création et partage délibéré d’informations fausses (Wardle, 2017). De même, de récents sondages sur le complotisme, notamment celui réalisé par la Fondation Jean Jaurès et Conspiray Watch (Ifop, 2017), montrent une diffusion de plus en plus importante de thèses complotistes les plus farfelues et l’adhésion d’une partie de l’opinion à certaines d’entre-elles. Sommes-nous pour autant entrés dans une ère de la « crédulité » comme le suggère le sociologue Gérard Bronner (Bronner, 2013), le délitement de l’esprit critique dans l’opinion n’est-il pas le symptôme d’un problème plus complexe et plus ancien ?

Autres temps, autres infox

Le phénomène des infox est-il nouveau et né sur les réseaux sociaux ? Chaque époque semble avoir été confrontée à sa vague d’infox et avec elles des conséquences plus ou moins importantes. Pour l’historien et résistant Marc Bloch, de tout temps les : « faux récits ont soulevé les foules. Les fausses nouvelles, dans toute la multiplicité de leurs formes, – simples racontars, impostures, légendes, – ont rempli la vie de l’humanité... » (Bloch, 1921).

Dès le Moyen Âge, les faux circulent en nombre : fausses reliques, fausses sculptures antiques ou encore faux documents (Eco, 1985). Une grande partie de la croisade contre l’ordre des Templiers, l’« affaire » politico-religieuse du XIII^{ème} siècle est construite sur des faux sur lesquels s’appuiera Philippe le Bel pour asseoir son pouvoir, défaire les Templiers et faire main basse sur leurs richesses (Kikuchi, 2017). Quelques siècles plus tard, parallèlement à l’avènement de la presse et des premières gazettes, se développe une proto-presse à scandale très friande de fausses nouvelles, les « canards » (Darnton, 2017). On s’échange alors sur les places, les cafés et dans la rue des billets, des notes griffonnées à la hâte et de courts messages qui ne sont pas sans rappeler *posts*, *stories* ou *tweets*, le # en moins. *Bad buzz* de l’époque, le Comte de Maurepas tombera en disgrâce, accusé d’écrire des poèmes satiriques sur Mme de Pompadour, la maîtresse du roi Louis XV. Les « canards » servent donc surtout à faire circuler des rumeurs et des ragots sur la vie sexuelle des personnages influents de l’époque. Cependant, c’est un événement historique autrement plus sombre qui marque le départ de la diffusion massive, organisée et soutenue de fausses nouvelles : la Première Guerre mondiale. En effet, soumis à la pression de la censure, la difficulté de vérifier certaines informations tout autant qu’à l’intense travail de propagande des belligérants, les infox se multiplient à tel point que pour nombre de poilus : « l’opinion prévalait aux tranchées que tout pouvait être vrai à l’exception de ce qu’on laissait imprimer » (Chaîne, 1916). Si la Deuxième Guerre mondiale traduit l’apogée de la propagande élevée en science, les conflits s’avèrent être en général un contexte propice à la diffusion de fausses informations.

Ce retour rapide sur l’histoire des fake news nous permet néanmoins de distinguer quelques caractéristiques et contextes qui sont propices à leur fabrication et à leur circulation. Dans la plupart des situations, les infox s’inscrivent bien souvent dans une conjoncture particulière où l’opposition idéologique entre les acteurs est décisive : « Une fausse nouvelle naît toujours de représentations collectives qui préexistent à sa naissance [...] cette mise en branle n’a lieu que parce que les imaginations sont déjà préparées et fermentent sourdement » (Bloch, 1921). C’est donc sur le terrain des préjugés et des opinions préconçues que prolifèrent les fausses nouvelles ce qui n’est pas sans rappeler les images et les rumeurs qui circulent abondamment sur les réseaux sociaux. Si l’on parle beaucoup des fausses informations ayant trait à la chose politique, on oublie bien souvent que les fake news ciblent également les entreprises (Starbucks et sa fausse promotion accordée aux « dreamers ») mais plus encore les migrants comme le montre les travaux menés par divers médias : rumeurs sur les « migrants » touchant plus que des retraités français, vidéo de migrants refusant de l’aide alimentaire ou image grossièrement photoshopée d’un interphone avec des noms à consonance étrangère censée étayer la thèse du « grand remplacement » en vogue auprès de certains extrémistes (Çavuş, 2018). Ces infox circulent majoritairement sur Twitter, Facebook ou Youtube et se retrouvent alors dans les fils d’actualités et murs de nombreux internautes. Doit-on pour autant tenir les réseaux sociaux pour responsables de la vague de fake news qui sévit ? Quelle est leur part de responsabilité dans le phénomène ? Qui bénéficie de ces fausses nouvelles et quelles sont les motivations de ceux qui les diffusent ?

La faute aux réseaux sociaux ?

Face à la profusion de fausses nouvelles diffusées lors de l'élection présidentielle américaine de 2016, lors des votes sur le Brexit ou bien lors de la campagne présidentielle de 2017, Facebook et Twitter ont été accusés d'avoir facilité, encouragé voire profité massivement de la diffusion d'infoc. Certains spécialistes soulignent que le fonctionnement de la sphère publique et des démocraties modernes en général est particulièrement touché par la propagation d'infoc, les élections constituant des moments privilégiés pour des actions de propagandes (Swislow, 2016 ; Moullot, 2017). Plus encore, les soupçons d'ingérences russes dans la vie politique américaine et européenne inquiètent les gouvernements occidentaux. La tentation a alors été grande pour nombre de commentateurs de désigner les réseaux sociaux comme principaux responsables de la diffusion de fausses nouvelles.

Dans un système médiatique où la commodité première est celle de l'attention des internautes et avec un modèle publicitaire fondé sur la promotion de contenus sponsorisés – dont les sources sont rarement vérifiées – les réseaux sociaux ont pu faire des bénéfices importants grâce aux « fake news » (Pouly, 2017). Les contenus sponsorisés engendrent d'importants flux financiers grâce à une économie dite « du clic » (Sénécat, 2017 ; Gabelkov et al., 2016). Qu'il s'agisse d'articles parodiques, d'images modifiées ou de liens aux titres racoleurs, ces contenus fallacieux ciblent la crédulité des internautes et s'appuient sur la propension des réseaux sociaux à encourager le buzz et la viralité (Jeanneret, 2014). Facebook a été une des premières entreprises de réseaux sociaux à tenter de se défendre et à proposer un travail de classification de l'information qui circule sur les murs de ses utilisateurs. Un ensemble de procédures pour identifier ce que l'entreprise qualifie de « false news » (Weedon, Nuland, Stamos, 2017) a été déployé avec notamment des conseils adressés aux utilisateurs pour traquer les fausses informations : « Méfiez-vous des titres », « Effectuez des recherches sur la source. » ou le fort utile : « Faites preuve de sens critique lorsque vous lisez des actualités »... (Facebook, 2019). Dès 2017, dans un effort de pédagogie et d'apaisement, la firme de Mark Zuckerberg s'associe à certains acteurs médiatiques pour proposer un travail de vérification et de surveillance des informations circulant sur son réseau (Delcambre, 2017). Dans le même esprit, de nombreux sites d'informations et journaux proposent à leur tour des rubriques et pages dédiées au décryptage de l'information : Décodex du *Monde* propose de vérifier la fiabilité d'une page web ou d'un site, Checknews de *Libération* réponds directement aux internautes qui lui demandent d'analyser la véracité d'une information et les « Observers » de *France 24* traquent et partagent les fausses informations sur le web et dans le monde. Du côté des actions de l'État, on peut douter à plus d'un titre de l'efficacité de la loi sur les infoc récemment adoptée par le Parlement. De nombreux commentateurs soulignent son manque de précision dans son périmètre d'action et dans la définition des fausses informations, alertent sur les menaces qu'elle pourrait faire peser sur la liberté d'information des journalistes voire soulignent que la nouvelle loi ne fait qu'étendre et reprendre des dispositions légales préexistantes (Vasquez, 2018). Cependant, au-delà de ces initiatives, la seule action des acteurs privés, médiatiques ou étatiques n'est pas suffisante pour contrer le phénomène.

Réconcilier opinion publique, médias et esprit critique ?

Toutes les époques ont été confrontées à leur lot de fausses nouvelles. Nous trouvons, de la Renaissance à la Première guerre mondiale des caractéristiques et des contextes qui ne sont pas sans rappeler notre époque. Si Alexandre Koyré (1943) affirme que : « le mensonge politique est né avec la cité elle-même », c'est l'avènement même des médias de masse et d'un public de « masse » donc moins érudit, qui encourage la diffusion des fausses nouvelles

de plus en plus grossières : « Le mensonge moderne – c'est là sa qualité distinctive – est fabriqué en masse et s'adresse à la masse. Or, toute production de masse, toute production – toute production intellectuelle surtout – destinée à la masse, est obligée d'abaisser ses standards » (Koyré, 1943). L'environnement médiatique changeant avec des bouleversements importants dans la diffusion et la médiation de l'information sans oublier une remise en cause permanente du travail des journalistes, méconnu ou fantasmé, sont donc des éléments qui explicitent la défiance de l'opinion et sa propension à « croire » aux fausses nouvelles. Autant d'éléments sur lesquels il est possible d'agir. De même, si on observe les réflexions du père des relations publiques Edward Bernays sur la propagande moderne on retrouve certains des processus à l'œuvre ici dans la désinformation : « La minorité a découvert qu'elle pouvait influencer la majorité dans le sens de ses intérêts. Il est désormais possible de modeler l'opinion des masses pour les convaincre d'engager leur force nouvellement acquise dans la direction voulue » (Bernays, 1928). Ainsi, la volonté d'une minorité de manipuler la masse à son avantage quitte à lui présenter des faits alternatifs et ce au travers d'une rhétorique politique qui flirte avec la propagande populiste, sont autant de causes d'un usage massif de fake news dans le contexte politique. Plus encore, l'ensemble de ces points témoigne de la vulnérabilité des faits et de la véracité des faits dans les jeux de pouvoirs, de médiations et de savoir à l'heure des réseaux sociaux numérique comme espace public numérique. Comme l'interroge la philosophe Hannah Arendt dans son article « Vérité et Politique », la possibilité de l'existence de la vérité dans l'espace public est bien souvent complexe : « Est-ce dans l'essence de la vérité d'être impotente ou bien dans l'essence du pouvoir d'être trompeur ? » (Arendt, 1961). L'utilisation des procédés de communication agonistique et, bien sûr, la diffusion par certains des messages construits avec une rhétorique nationaliste, quasi guerrière, contribuent aujourd'hui à encourager le phénomène des fake news.

Néanmoins, l'ère est aussi à l'usage critique de la raison par les citoyens et un travail de sensibilisation du public et d'éducation, en particulier des jeunes et des étudiants, est nécessaire pour contrer le phénomène. Comme le rappelle Umberto Eco, pour faire face à la « guérilla de la falsification » il faut apprendre à faire un véritable travail de « guérilla sémiologique » pour distinguer ce qui relève de la mésinformation et de la désinformation (Eco, 1985). De même, identifier et enrayer la propagation des fausses informations passe par l'apprentissage et l'éducation du public des réseaux sociaux aux mécanismes de production, de diffusion et de circulation des contenus à l'heure de l'économie de l'attention et du clic (Badouard, 2017). Les acteurs de la société civile, dans un travail d'*empowerment* citoyen et de littératie numérique, doivent accompagner les initiatives des acteurs des médias (Huet, 2017 ; Frau-Meigs, 2017). On peut rappeler à ce titre, que lors du « Macron leaks », les premiers à avoir travaillé à démontrer le caractère fallacieux voire franchement potache des fameux leaks ont été les internautes eux-mêmes, faisant usage de leurs compétences numériques nouvellement acquises ou tout simplement d'un peu de bon sens : il paraissait en effet peu probable que le candidat Macron veuille imposer le terme chocolatine à la place de pain au chocolat une fois au pouvoir (Désintox, 2017).

Références

Arendt H., 1961, *La Crise de la culture. Huit exercices de pensée politique*, trad. de l'anglais par P. Lévy, Paris, Gallimard, 1989.
Badouard R., 2017, *Le Désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur et propagande*, Limoges, Éd. FYP.

- Bloch M., 1921, *Réflexions d'un historien sur les fausses nouvelles de la guerre*, Paris, Éd. Allia, 2010.
- Bernays E., 1928, *Propaganda*, New York, Ig Publishing, 2005.
- Bronner G., 2013, *La Démocratie des crédules*, Paris, Presses universitaires de France.
- Chaîne P., 1916, *Les Mémoires d'un Rat*, Gallimard, 2015.
- Darnton R., 2017, « La longue histoire des “fake news” », *Le Monde*, 20 févr. Accès : http://www.lemonde.fr/idees/article/2017/02/20/la-longue-histoire-des-fake-news_5082215_3232.html. Consulté le 09/11/17.
- Delcambre A., 2017, « Huit médias français s'allient à Facebook contre les “fake news” », *Le Monde*, 6 févr. Accès : http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2017/02/06/huit-medias-francais-s-allient-a-facebook-dans-sa-lutte-contre-les-fake-news_5075054_3236.html. Consulté le 08/11/17.
- Désintox, 2017, « “MacronLeaks” : la grande foire aux “fake news” », *Libération*, 9 mai. Accès : https://www.liberation.fr/politiques/2017/05/09/macronleaks-la-grande-foire-aux-fake-news_1567868. Consulté le 14/03/19.
- Eco U., 1973-1983, *La Guerre du faux*, trad. de l'italien par M. Tanant, Paris, Grasset, 1985.
- Facebook, 2019, *Conseils pour identifier les fausses informations*. Accès : <https://www.facebook.com/help/188118808357379>. Consulté le 14/03/2019
- Çavuş G., 2018, « How fake images spread racist stereotypes about migrants across the globe », *France 24*, 1er mai. Accès : <https://observers.france24.com/en/20180105-fake-images-racist-stereotypes-migrants>. Consulté le 14/03/2019
- Frau-Meigs D., 2017, « Piloter et coordonner le développement de la “littérature numérique” », *The Conversation*, 15 oct. <https://theconversation.com/piloter-et-coordonner-le-developpement-de-la-litteratie-numerique-85434>. Consulté le 08/11/17.
- Gabielkov M. et al., 2016, « Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter? », *ACM SIGMETRICS/IFIP Performance 2016, Jun 2016, Antibes Juan-les-Pins, France*. Accès : <https://hal.inria.fr/hal-01281190/document>. Consulté le 08/11/17.
- GoogleTrends, 2019, « Fake news ». Accès : <https://trends.google.fr/trends/explore?date=today%205-y&q=fake%20news>. Consulté le 13/03/2019
- Huet B. 2017, « La régulation des fausses nouvelles ne pourra pas venir que de la justice », *Le Monde*, 25 août. Accès : http://www.lemonde.fr/idees/article/2017/08/25/la-liberte-d-expression-au-defi-des-fake-news_5176316_3232.html#lqY3o6PG2YwuocDv.99. Consulté le 06/11/17.
- Ifop, 2017, *Enquête sur le complotisme Ifop pour la Fondation Jean-Jaurès et Conspiracy Watch*. Accès : https://jean-jaures.org/sites/default/files/redac/commun/productions/2018/0108/115158_-_rapport_02.01.2017.pdf. Consulté le 13/03/19
- Jeanneret Y., 2014, *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Éd. Non Standard.
- Kikuchi C., 2017, « Vu du Moyen Âge : Philippe le Bel, un amateur de fake news », *The Conversation*, 2 juill. Accès : <https://theconversation.com/vu-du-moyen-age-philippe-le-bel-un-amateur-de-fake-news-79541>. Consulté le 08/11/17.
- Koyré A., 1943, *Réflexions sur le mensonge*, Paris, Éd. Allia, 1996.
- Mouillot P., 2017, « Fausses informations, vraies conséquences », *Libération*, 14 févr. http://www.liberation.fr/planete/2017/02/17/fausses-informations-vraies-consequences_1549282. Consulté le 08/11/17.
- Oxford, 2016, « Word of the year 2016 is... post-truth ». Accès : <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>. Consulté le 06/11/17.
- Pouly J., 2017, « Les relations incestueuses entre fake news et publicité », *The Conversation*, 29 août. Accès : <https://theconversation.com/les-relations-incestueuses-entre-fake-news-et-publicite-81502>. Consulté le 06/11/17.
- Revesz R., 2017, « Donald Trump's presidential counsellor Kellyanne Conway says Sean Spicer gave “alternative facts” at first press briefing », *The Independent*, 22 janv. Accès : <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/kellyanne-conway-sean-spicer-alternative-facts-lies-press-briefing-donald-trump-administration-a7540441.html>. Consulté le 08/11/17.
- Sénécat A., 2017, « Enquête sur les usines à fausses informations qui fleurissent sur Facebook », *Le Monde*, 5 juill. Accès : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/07/05/enquete-sur-les-usines-a-fausses-informations-qui-fleurissent-sur-facebook_5156313_4355770.html#vmeRAEOkIhp4y463.99. Consulté le 06/11/17.
- Swislow D., 2016, « The distributed denial of democracy. Coming together to address anti-democratic trolling and disinformation online », *Medium*, 9 nov. Accès : <https://medium.com/@dswis/the-distributed-denial-of-democracy-23ce8a3ad3d8#ckunwfvay>. Consulté le 08/11/17.
- Vasquez C., 2018, « Pourquoi la loi contre les fake news suscite une levée de boucliers », *France Info*, 8 juin. Accès : https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/facebook/pourquoi-la-loi-sur-les-fake-news-suscite-une-levée-de-boucliers_2792065.html. Consulté le 04/03/19
- Wardle C., 2017, « Fake news, la complexité de la désinformation », *First Draft*, 17 mars. Accès : https://fr.firstdraftnews.com/fake-news-la-complexite-de-la-desinformation/?_ga=2.225706842.1983739369.1509967451-229564975.1508316369. Consulté le 06/11/17.
- Weedon J., Nuland W., Stamos A., 2017, *Information Operations and Facebook*. Accès : <https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2017/04/facebook-and-information-operations-v1.pdf>. Consulté le 06/11/17.