



# **Les fake news comme concept de sciences sociales. Essai de cadrage à partir de notions connexes : rumeurs, théories du complot, propagande et désinformation**

Julien Giry

## **► To cite this version:**

Julien Giry. Les fake news comme concept de sciences sociales. Essai de cadrage à partir de notions connexes : rumeurs, théories du complot, propagande et désinformation. *Questions de communication*, 2021, 38, pp.371-394. <hal-03299627>

**HAL Id: hal-03299627**

**<https://hal.science/hal-03299627v1>**

Submitted on 27 Jul 2021

**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.



HAL Authorization

## > NOTES DE RECHERCHE

JULIEN GIRY

Université de Tours, Prim, F-37000 Tours, France  
juliengiry.sciencepo[at]gmail.com

### LES *FAKE NEWS* COMME CONCEPT DE SCIENCES SOCIALES ESSAI DE CADRAGE À PARTIR DE NOTIONS CONNEXES : RUMEURS, THÉORIES DU COMLOT, PROPAGANDE ET DÉSINFORMATION

**Résumé.** — Désignée « mot de l'année 2017 » par le dictionnaire *Collins*, la formule *fake news*, notamment en raison des usages qui en sont faits par le président Trump, n'en finit pas d'alimenter les débats au sein des sciences sociales. S'agit-il d'un fait nouveau ou d'un simple mot-valise à la mode recouvrant d'autres phénomènes mieux connus et étudiés tels que les rumeurs, les théories du complot, la propagande ou la désinformation ? En d'autres termes, l'expression *fake news* est-elle un concept opératoire pour les sciences sociales ? Partant de cette interrogation, cet article entend procéder à un effort de cadrage autour de cette formule afin d'en faire une catégorie et un outil analytiques d'un fait social relativement autonome dans la mesure où, outre sa dimension profondément info-communicationnelle, elle se situe au carrefour des différentes notions citées précédemment, sans toutefois les recouper pleinement.

**Mots clés.** — désinformation, *fake news*, propagande, rumeurs, théories du complot

Désignée comme « mot de l'année » en 2017 par le dictionnaire *Collins*, la « formule<sup>1</sup> » *fake news* semble connaître une popularité sans borne, voire un processus de « naturalisation », chez les acteurs médiatiques et politiques dominants malgré l'indétermination et/ou le caractère polysémique qui l'entourent (Lilleker, 2017). En effet, si les chercheurs et les professionnels des médias peinent à s'accorder sur le sens qu'il convient de donner à ce qui ressemble à première vue à un mot-valise, tous en revanche soulignent le caractère évolutif et transgénérique de la formule *fake news* à la faveur de ses usages contemporains.

Apparue dans les années 1990 aux États-Unis dans des publications satiriques (*The Onion*) ou d'infotainment (*The Daily Show with Jon Stewart*) qui détournaient et parodiaient les formats, les codes visuels ou les contenus de la grande presse et/ou des chaînes de télévision (Jeanneret et Souchier 2005 ; Charaudeau, 2006 ; Rodriguez Galvis, 2013), l'expression *fake news*, traduite alors par « informations truquées » (Harsin, 2018 : 100), reposait sur la connaissance partagée quant au caractère factice de *fausses nouvelles* pourtant présentées à la manière d'authentiques informations (Baym, 2005), c'est-à-dire un *contrat narratif* implicitement passé entre les producteurs et les récepteurs, lecteurs tout autant que téléspectateurs. L'aspect humoristique, la satire et la caricature étaient au cœur de ces *fake news* qui constituaient de *vraies* fausses informations exprimant une forme de subversion et de critique sociopolitique des médias dominants (Gettings, 2007 ; Reilley, 2018) ou des acteurs et institutions politiques (Natella, 2006 ; Bonhomme, 2010).

Pourtant, même si ce type de format s'est développé en France avec *les Guignols de l'info*, *Le Monte* ou *Le Gorafi*, il semble bien que la formule *fake news* se soit peu à peu éloignée de son sens originel. Laissant de côté leur dimension divertissante pour mettre l'accent sur les aspects politiques et/ou économiques des *fake news*, certains acteurs sociaux y voient une volonté manipulatoire de leurs auteurs afin de brouiller volontairement les frontières entre le faux authentique et le vrai<sup>2</sup>. Dans ce cas, le

1 La notion de « formule », entendue au sens d'A. Krieg-Planque (2009), cumule plusieurs traits caractéristiques. Elle est d'abord une forme figée recouvrant un signifiant stable, quoique problématique, qui conditionne sa circulation et son usage dans l'espace public. Ensuite, du point de vue discursif, la formule procède d'un usage social qu'elle institue et « normalise », voire « naturalise », en même temps. La formule tend à s'imposer comme une « évidence » dans le débat public. Toutefois, malgré son usage « routinisé » et la stabilité de son signifiant, la formule, insiste A. Krieg-Planque, n'en demeure pas moins polémique, c'est-à-dire qu'elle tend à qualifier un fait incertain, à nommer un phénomène aux contours flous ou encore à euphémiser certaines formes de violence symbolique ou réelle. Ces caractéristiques nous semblent tout à fait opératoires dans le cadre des *fake news*.

2 Outre la tentative pionnière et mal perçue dans le milieu journalistique de D. Schneidermann et de son émission *Arrêt sur images* qui avait pour vocation de décrypter les biais et les manquements médiatiques, on notera la mise en place récente sur les sites internet de médias comme *Le Monde*, *L'Express* ou *Libération* de pages permettant de *fact-checker* les informations publiées sur le Web. Cependant, entre autres critiques, ces pages participent, en raison du recensement qu'elles opèrent, d'un certain brouillage entre des sites ouvertement complotistes, d'autres offrant des analyses géopolitiques hétérodoxes et, enfin, des supports satiriques ou parodiques. Accès : [www.lexpress.fr/actualite/societe/conspirations-rumeurs-parodies-l-annuaire-des-sites-d-infaux\\_1646237.html](http://www.lexpress.fr/actualite/societe/conspirations-rumeurs-parodies-l-annuaire-des-sites-d-infaux_1646237.html) (consulté le 17 juillet 2017).

contrat narratif entre le producteur ou le diffuseur de la nouvelle et le récepteur tel que nous l'avions défini est doublement rompu. D'une part, la réciprocité cesse puisque le récepteur ne sait plus que l'information présentée comme vraie ne l'est pas et, d'autre part, le caractère humoristique disparaît. Parfois, il arrive même que des médias traditionnels ou certains acteurs sociaux se « laissent avoir » en tenant pour véridiques des énoncés imaginés comme faux. Donnons deux exemples. Fin août 2018 d'abord, le journaliste Tommaso Debenedetti, qui n'en était pas à son coup d'essai, a piégé à l'aide d'un faux compte Twitter de nombreux médias qui, à la suite de l'agence américaine Associated Press, ont annoncé à tort le décès du réalisateur Costa-Gavras. Le journaliste italien souhaitait ainsi montrer que même les médias dominants ne sont pas l'abri d'erreurs d'appréciation et/ou d'un défaut de vérification des contenus circulant sur l'internet. À l'occasion de Noël 2019 ensuite, l'humoriste Yann Stotz a publié le 24 décembre au soir sur son compte Instagram une vidéo filmée *via* son smartphone montrant son fils d'une dizaine d'années débaltant au pied du sapin un paquet cadeau dont le contenu s'avère être *Mein Kampf*. Consterné, le vidéaste hôte le livre des mains de l'enfant et se retourne vers le grand-père un peu embarrassé du petit garçon : « Mais enfin, papa qu'est-ce que c'est que ça ? C'est pas possible ! C'est pas ça qu'il voulait ! C'est *Minecraft* qu'il voulait, pas *Mein Kampf* ! C'est un jeu vidéo pour les gamins ! J'te jure ! » Bien que s'agissant d'un sketch réalisé par un humoriste professionnel jouant sur les incompréhensions ou les quiproquos intergénérationnels entre un grand-père et son petit-fils, la signification de la vidéo, devenue virale en quelques heures sur les médias sociaux, a totalement échappé à son auteur. En effet, de nombreux internautes, qu'ils s'en amusent ou s'en offusquent, ont pris la vidéo pour argent comptant, sans en percevoir le caractère fabriqué à des fins humoristiques (Giry, 2021).

Dès lors, si à la faveur de l'élection de Donald Trump notamment<sup>3</sup> les *fake news* ont cessé d'être perçues comme une sorte de canular<sup>4</sup> (*hoax*), l'incertitude demeure quant à leur nature et leur nouveauté (Dentith, 2017 ; Ramakrishna, 2018 ; Dauphin, 2019) : sont-elles des rumeurs modernes, une forme particulière de théories complotistes, de la propagande 2.0, de la désinformation, un peu de tout cela ou quelque chose d'autre ? Peut-on les définir selon des critères ou un territoire qui leur seraient propres ou bien faut-il se résoudre à un concept sociologiquement lâche qui, comme le terme « populisme », souffrirait du

3 Christopher Rosen, journaliste à *Entertainment*, note que D. Trump a utilisé à 73 reprises les termes *fake news* entre le 16 décembre 2016 et le 24 juillet 2017 pour discréditer les informations dévalorisantes ou gênantes développées à son endroit par le *New York Times*, CNN ou MSNBC. De même, le journal *Les Échos* relève que D. Trump « prononce, en moyenne, le terme *fake news* 7,6 fois par jour » avec un pic de 16 occurrences quotidiennes pour les mois de juin et juillet 2018. » Accès : <https://www.lecho.be/economie-politique/international/usa/trump-combien-de-fake-news-jour/10036657.html> (consulté le 15 août 2018).

4 Le canular désigne une action, un propos ou un dispositif par lequel un individu cherche à abuser, à des fins humoristiques, de la crédulité d'autrui en vue de le tromper. En ce sens, qu'il s'agisse de mystification, de fausse nouvelle ou de farce, le canular repose sur une structure interactive entre auteur(s) et récepteur(s) qui place ce(s) dernier(s) dans une situation inconfortable d'incertitude ou de flou quant à l'engagement qui est requis de sa (leur) part(s).

« complexe » d'une « introuvable Cendrillon » (Berlin, 1965 ; Dézé, 2004)<sup>5</sup> devant au bout du compte nous inciter à la prudence voire à la renonciation ? En un mot, les *fake news* sont-elles un « *fake concept* » (Dancu, 2017) destiné à réaffirmer les logiques de verticalité et de domination des professionnels de la politique et des médias<sup>6</sup> (Vanbremeersch, 2018) ?

Tâchons alors, dans une optique théorique et définitionnelle, de confronter la formule *fake news* aux concepts déjà labellisés par les sciences sociales auxquels elle est souvent comparée ou assimilée : les rumeurs, les théories du complot, la propagande et la désinformation. Pour ce faire, retenons en première approximation que les *fake news* semblent, dans le langage courant, désigner de *fausses informations diffusées par des acteurs sociaux afin de tromper le public*<sup>7</sup>. Si nous voyons au fil des développements que cette définition transitoire est insuffisamment précise et élaborée du point de vue des sciences sociales, elle nous permet d'ores et déjà de constater que les *fake news*, outre leur nature profondément info-communicationnelle sur laquelle nous reviendrons en fin d'article, relèvent de l'interaction entre manipulation et croyance.

## Les *fake news* : entre manipulation et croyance

Afin de saisir au mieux les enjeux spécifiques à cette formule, *fake news*, il semble de prime abord nécessaire de souligner qu'elle procède à la fois de l'analyse académique des différentes formes de croyances et de manipulations. Cela signifie que les *fake news*, en tant qu'énoncés performatifs inscrits dans un écosystème numérique et médiatique particulier, participent d'un processus social et communicationnel transactionnel entre l'émetteur et le récepteur du message.

5 Selon I. Berlin, « il existe une chaussure – le mot “populisme” – pour laquelle quelque part il existe un pied. Il y a toutes sortes de pieds auxquels elle convient, mais il ne faut pas être pris au piège par ces pieds qui s'adaptent plus ou moins bien. Le prince se balade toujours avec la chaussure et, quelque part, on peut en être sûr, il y a un pied qui attend. Il se nomme le pur populisme ».

6 A. Gelfert (2018) rappelle que les médias dominants présentent souvent au public des informations romancées à la manière de nouvelles littéraires destinées à lui plaire ou à l'émouvoir. À cet égard, le *storytelling* théorisé par les conseillers politiques américains (*spin doctors*) dans les années 1970 et 1980 est devenu un mode courant de l'énonciation et du traitement de la politique en quelque sorte coproduits et coconstruits par les acteurs médiatiques et politiques (Bourdeau, 2008 ; Bérut, 2010).

7 Dans le même ordre d'idée, la loi du 22 décembre 2018 dite « contre la manipulation de l'information » définit dans le contexte électoral les *fake news* comme « des allégations ou imputations inexacts ou trompeuses d'un fait de nature à altérer la sincérité du scrutin à venir (et qui) sont diffusées de manière délibérée, artificielle ou automatisée et massive ». Accès : [www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000037847559&categorieLien=id](http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000037847559&categorieLien=id) (consulté le 24 juin 2019).

Du côté de l'émetteur ou de l'énonciateur, la *fake news* est *sciemment* conçue comme fausse, erronée ou fallacieuse afin d'emporter l'adhésion du récepteur ou du public. L'intentionnalité et le caractère délibéré de la tromperie ne font alors aucun doute. A *contrario*, cela signifie que l'énoncé ne relève pas d'une erreur, d'une maladresse ou d'une approximation involontaire de son auteur, c'est-à-dire d'une forme de *mésinformation*. De ce point de vue, les *fake news* constituent bel et bien un artefact dont la dimension manipulative, à savoir « une série de procédures et de moyens mis en œuvre pour obtenir le consentement » (D'Almeida, 2017 : 23) ou l'assentiment d'autrui, est incontestable. Il s'agit pour le manipulateur de mettre en place un processus symboliquement cohérent et acceptable comme *vraisemblable* pour son locuteur dans la mesure où celui-ci s'inscrit, afin de mieux les détourner et les subvertir, dans un imaginaire et un univers de sens, de perceptions, de pratiques et d'émotions préalablement définis. « La manipulation présente (alors) l'avantage de ne pas se présenter comme telle, autrui ayant le sentiment d'avoir agi librement sur la base de ses idées ou de ses valeurs » (Joule et Beauvois 2002 : 16). Aussi, pour que la manipulation entendue comme une forme de *soumission librement consentie* (*ibid.*) fonctionne, celle-ci doit-elle reposer sur le partiellement vrai, l'apparence du vrai, le crédible, le possible ou, *a minima*, le plausible et le manipulateur « se sert [alors] de la croyance comme d'un terrain de chasse et joue sur les préjugés de ses interlocuteurs » (*ibid.* : 45-46) afin de mieux les duper ou de les amener à servir ses intérêts<sup>8</sup>. En effet, comme on serait tenté de le penser, « le vrai, poursuit F. D'Almeida, n'est pas l'ennemi du manipulateur. C'est même sur cet idéal qu'il fait reposer certaines de ses opérations [...] et il s'appuie sur un arsenal factuel qui soutient ses interprétations erronées » (91). Dans le cas des *fake news*, bien que reposant sur un énoncé erroné ou partial, celles-ci doivent donc conserver un pied ancré dans la réalité factuelle afin d'apparaître à la fois crédibles et séduisantes pour le public. Ainsi doivent-elles faire sens au regard des configurations sociales, économiques ou encore politiques au moment de leur mise en circulation dans l'espace social ou numérique afin de pouvoir emporter l'adhésion d'une partie du public et répondre aux attentes pécuniaires, politiques ou symboliques de leurs auteurs. En ce sens, la manipulation constitue bel et bien un processus transactionnel mêlant satisfaction des demandes ou des intérêts du manipulateur et conformation des croyances ou des préjugés plus ou moins affermis du/des manipulé(s).

Comme nous l'avons esquissé, la soumission volontaire à l'énoncé délibérément conçu comme faux relève, du point de vue du récepteur des *fake news*, de la croyance, c'est-à-dire de l'adhésion à un ensemble de représentations et de pratiques individuelles et collectives construites et/ou institutionnalisées au sein du groupe d'appartenance. Celles-ci peuvent relever du domaine spirituel,

---

8 Notons que l'intérêt du manipulateur n'est pas nécessairement contraire à celui du manipulé. On pense par exemple aux stratagèmes mis en place par des parents ou des enseignants afin d'obtenir de leurs enfants ou de leurs élèves certains comportements ou apprentissages bénéfiques pour eux.

magique, religieux, politique, idéologique, économique ou encore symbolique et se révèlent déterminantes pour comprendre sociologiquement *comment* et selon quelles logiques les *fake news* parviennent à séduire et à emporter l'adhésion d'une partie du public. En effet, l'une des caractéristiques essentielles des croyances collectives en général et des *fake news* en particulier réside dans le dépassement d'un manichéisme simpliste et réducteur entre rationalité et irrationalité. D'une part, elles restent ancrées, en partie au moins, dans le domaine du factuel et/ou du réel observable et, d'autre part, elles font écho à des certitudes, des préjugés, des stéréotypes symboliques ou des prénotions préalablement partagés par les acteurs (Katz, 1960) et/ou communément admis au sein des groupes sociaux où elles circulent (Giry, 2017b). Si nous détaillerons cet aspect lorsque nous évoquerons leurs liens avec les rumeurs, notons déjà le caractère circulaire des *fake news* du fait de l'adhésion d'une partie du public à un énoncé performatif sciemment conçu comme faux qui vient confirmer ou réaffirmer son propre système symbolique de croyances, de valeurs et de représentations.

Dès lors, s'il est acté que les *fake news* se situent au carrefour des croyances et de la manipulation en tant qu'interactions sociales et communicationnelles transactionnelles et circulaires, débutons notre travail de confrontation aux formes conceptuelles déjà labellisées par les sciences sociales. D'abord, nous envisagerons l'aspect croyance des *fake news* en les comparant avec les rumeurs puis les théories du complot. Ensuite, nous explorerons la dimension manipulatoire des *fake news* au travers de leur analyse croisée avec la propagande et la désinformation. Enfin, à partir de ce travail de confrontation, nous tâcherons de délimiter un territoire autonome des *fake news* afin d'en faire un concept opératoire pour les sciences sociales.

## *Fake news* et rumeurs

Objet d'étude pour les sciences sociales depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale (Allport et Lepkin, 1945 ; Allport et Postman 1947)<sup>9</sup>, les rumeurs comprises comme « des énoncés informatifs non vérifiés et pertinents par leur fonction qui apparaissent dans des contextes d'ambiguïté, de danger ou de menace potentielle et qui aident à gérer le risque et à le comprendre » (DiFonzo et Bordia, 2006 : 24) ont, à l'instar des *fake news* contemporaines, d'abord été considérées dans une optique normative en tant qu'une forme de déviance et/ou de défiance caractéristiques d'un corps social malade, oisif ou encore apathique vis-à-vis des pouvoirs publics et des médias (Neubauer, 1999). Dans tous les cas, par manque d'esprit critique, paresse intellectuelle ou défaut d'éducation, celui-ci, et en particulier les classes populaires, était réputé incapable d'opérer un tri sur le plan épistémologique entre des informations authentiques et les

<sup>9</sup> Notons cependant l'ouvrage pionnier de l'historien Marc Bloch, *Réflexion d'un historien sur les fausses nouvelles de la guerre* paru en 1921. Pour plus de détails, voir Walter (2019).

rumeurs. Il fallait donc, pour les pouvoirs publics et les professionnels des médias, lutter contre ce phénomène (Rosnow et Fine, 1976), notamment *via* la diffusion la plus large et la plus rapide possibles des informations dans l'espace public qui conduirait à la restauration de la confiance envers l'État et les médias dominants et détournerait le peuple de ce mécanisme informel de régulation sociale que constituent les rumeurs (Knapp, 1944). En effet, les rumeurs naissent notamment du besoin pour certains acteurs sociaux de se rassurer symboliquement face à des craintes, des situations d'incertitude et/ou d'indétermination sociales grâce à la croyance dans des énoncés brefs, simplistes et non nécessairement fondés (Paillard, 1990). Fruits d'une délibération sociale à la fois informelle et symbolique collectivement acceptable à l'intérieur du groupe où elles circulent (Fine, 2007 ; Giry, 2017b), les rumeurs constituent un acte de conformisme (Kapferer, 1990 : 64) qui marque un repli identitaire de défense, voire de défiance, vis-à-vis de l'extérieur (Aldrin, 2005 : 225-248), de la société ouverte et de ses institutions – au premier rang desquelles les médias, discrédités dans leur rôle d'information<sup>10</sup>. Aussi la nouvelle invérifiable à court terme contenue dans l'énoncé rumoral circule-t-elle, en tant qu'agir communicationnel, *comme* et *via* un canal alternatif d'information tenu pour véridique et concurrent aux médias traditionnels. En ce sens, par un mécanisme de *fides implicita*, un déplacement se produit dans le crédit porté aux sources de l'information en conférant à « l'ami d'un ami » le rang de source fiable et légitime alors que le journaliste professionnel qui *théoriquement* enquête, vérifie et recoupe ses sources apparaît comme illégitime et/ou discrédité.

Plus encore, les rumeurs se caractérisent, dans l'immense majorité des cas, par une source originelle anonyme ou l'impossibilité matérielle de l'identifier dans la mesure où, nous l'avons dit, elles sont le produit ou le fruit d'une délibération sociale collective et informelle qui s'inscrit dans un imaginaire collectif préconstitué de sens et de représentations. Leurs conséquences potentielles échappent donc à une manifestation explicite de volonté de la part des acteurs sociaux impliqués dans sa dissémination (Rouquette, 1975 ; 1990). Tout à l'inverse, il apparaît que les *fake news* contemporaines sont des énoncés performatifs mis en circulation, essentiellement dans l'espace numérique, par des acteurs collectifs ou individuels identifiés ou identifiables à des fins politiques et/ou économiques volontairement recherchées<sup>11</sup>. Surtout, les auteurs de *fake news* en assument, sur le plan collectif, la responsabilité discursive, politique, voire judiciaire.

<sup>10</sup> Il faut rappeler que les professionnels des médias utilisent également les rumeurs comme premières « sources » et/ou ressources d'information. Celles-ci, dans le meilleur des cas, donnent lieu à de véritables enquêtes même si les évolutions des pratiques journalistiques et l'accélération des temporalités médiatiques au travers des chaînes d'information en continu, des réseaux socio-numériques et des logiques concurrentielles qu'ils impliquent, tendent à privilégier la diffusion instantanée de la rumeur sans vérification préalable (Starbird *et al.*, 2018).

<sup>11</sup> Les retombées économiques et/ou politiques escomptées par les auteurs de *fake news* ne sont pas toujours au rendez-vous. Dans tous les cas, elles sont difficilement évaluables. Ainsi, l'étude réalisée par des chercheurs de Stanford quant à l'impact des *fake news* diffusées contre H. Clinton

Ensuite, si la rumeur s'avère un mode de régulation du social dont l'énoncé peut être véridique, les *fake news* sont des artefacts, des *fausses nouvelles*, dont la nature même est d'être *fausses*, en tout ou partie, quand bien même elles prétendent être exactes et peuvent prendre les apparences symboliques de la « vérité » (Peyron-Bonjan, 2018) ou des codes d'énonciation des médias dominants (Jeanneret et Souchier, 2005).

Par ailleurs, la durée de vie des rumeurs est *généralement* relativement courte (Reumaux, 1990)<sup>12</sup>, de quelques jours à quelques semaines dans la mesure où, qu'elles soient démenties ou confirmées à moyen terme, dès lors que la situation d'incertitude ou d'indétermination à laquelle elles répondent cesse, la rumeur n'a plus de raison d'être car sa fonction sociale disparaît. En revanche, la durée de vie des *fake news* est mal quantifiée et difficilement évaluable. Toutefois, il semble, c'est du moins notre hypothèse, que par leur caractère instrumental, elles puissent résister davantage encore que les rumeurs aux démentis (Kapferer, 1990), en particulier lorsqu'ils émanent d'acteurs politiques et médiatiques dominants en proie à une forte défiance structurelle, et donc perdurer dans l'espace public ou numérique. Cela d'autant plus facilement qu'elles s'adressent, à des fins politiques et/ou économiques, au corps social dans son ensemble au travers d'un contenu souvent sensationnaliste et/ou sulfureux. *A contrario*, les rumeurs répondent généralement à une situation géographiquement et socialement située (entreprise, école, sport, cinéma, etc.) et impliquent en conséquence un nombre d'acteurs assez limité autour d'un objet le plus souvent infra-politique et dépourvu d'intérêt en dehors du champ concerné<sup>13</sup>.

En définitive, si les *fake news* et les rumeurs partagent certaines caractéristiques sociales dans leur capacité à contourner les processus légitimes et officiels de régulation de l'information, celles-ci ne recouvrent pas la même réalité sociale. Venons-en à présent aux relations entre *fake news* et théories du complot.

## *Fake news* et théories du complot

Les théories du complot (Giry et Tika, 2020) véhiculent une vision du monde et des rapports sociaux déterministe et essentialiste selon laquelle « un groupe ou un individu omnipotent, naviguant aux marges de la société, contrôle secrètement,

---

lors de la campagne présidentielle de 2016 souligne que, d'une part, seule une faible partie de l'électorat en a eu connaissance et que, d'autre part, elles n'ont pas joué de rôle décisif dans le résultat de l'élection (Allcott et Gentzkow, 2017).

12 Il existe bien entendu des cas où les rumeurs persistent, notamment lorsqu'elles visent des personnalités publiques. On pense par exemple à la prétendue homosexualité du président E. Macron ou au supposé caractère transgenre de l'artiste A. Lear.

13 Cela ne signifie pas que l'objet ou l'acteur visé par la rumeur ne puisse pas être politique. Citons par exemple les rumeurs qui ont entouré, en pleine pandémie de Covid-19, la « disparition » pendant quelques jours du leader nord-coréen Kim Jong-un au mois de mai 2020.

en totalité ou en partie, l'ordre politique et social » (Fenster, 1999 : 1). En tant que représentation politique historicisée globale et hégémonique, la pensée complotiste, dans sa forme extrême et radicale au moins, se présente comme un système de révélation et de dévoilement d'une gnose herméneutique ou d'une vérité sous-jacente et cachée : l'existence d'un seul et même complot universel dans le temps et l'espace. Ainsi tous les événements extraordinaires (catastrophes naturelles, attentats, guerres ou assassinats, etc.), tous les phénomènes sociaux néfastes (chômage, illettrisme, addictions ou pandémies, etc.) ainsi que les éléments en apparence les plus insignifiants (conditionnement alimentaire, résultats sportifs ou divertissements, etc.) sont-ils liés et procèdent, en dernière analyse, d'un plan secrètement orchestré par une minorité omnisciente et omnipotente dans le but de renforcer son pouvoir et sa domination au détriment du plus grand nombre. Au bout du compte, les explications par l'existence de raisons cachées, de liens souterrains, de forces occultes, de pactes secrets prétendent lever le voile sur une réalité prétendument dissimulée aux yeux du public. En somme, la démarche conspirationniste s'attache à recueillir et à ordonnancer en une trame unique et en apparence cohérente, à travers une rhétorique grandiloquente et catastrophiste, des faits et des événements épars et qui ne font *a priori* pas sens entre eux (Giry, 2017a). Par-delà leurs significations immédiates, l'intention est alors de montrer que les faits et les événements en question sont forcément liés car ils résultent d'une cause unique : le grand complot. Et, comme les rumeurs, les théories du complot partagent un certain nombre de caractéristiques avec les *fake news*.

En tout premier lieu, la révélation du complot, comme la création de *fake news*, nécessite l'intervention d'une autorité individuelle ou collective facilement identifiable par le public qui porte et assume en son nom propre le contenu du message diffusé. Contrairement aux rumeurs, les *fake news* et les théories du complot sont produites par une source identifiée, ou au moins identifiable. Elles ne résultent pas d'une délibération sociale informelle et anonyme. Ainsi, des « citoyens enquêteurs » (Olmsted, 2011) ou des entrepreneurs politiques en théories du complot (Giry, 2018), tels Alex Jones ou Alain Soral (c'est-à-dire des *professionnels* du conspirationnisme dans la mesure où ceux-ci vivent *par* et *pour* ces théories qui constituent leur source première de revenus), vont révéler à foule ignorante l'existence du prétendu complot. De même, dans le cas des *fake news*, des entrepreneurs de cause ou de morale vont se faire les émetteurs et les vecteurs de messages et contenus performatifs destinés à porter le discrédit sur leurs adversaires politiques ou concurrents économiques afin, potentiellement, d'en tirer des gains électoraux ou des retombées financières. Le cas de Paul Horner, décédé en septembre 2017, est exemplaire. Véritable *professionnel* des *fake news*, celui-ci se targue en 2016 d'avoir « fait » l'élection de D. Trump qu'il affirme pourtant détester. Il qualifie même les supporters du président américain « d'abrutis [qui] relayent tout et croient tout sans rien vérifier<sup>14</sup> ». Pour P. Horner, diffuser sciemment

14 Propos recueillis par le *Washington Post*. Accès : [www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/11/17/facebook-fake-news-writer-i-think-donald-trump-is-in-the-white-house-because-](http://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/11/17/facebook-fake-news-writer-i-think-donald-trump-is-in-the-white-house-because-)

sur les réseaux socio-numériques des énoncés fallacieux tels que « Obama est un islamiste radical gay » ou « les manifestants anti-Trump dans ses meetings sont payés 3 500 dollars » est purement et simplement une activité lucrative. Au-delà de cet exemple, il semble plus généralement, que les théories du complot et les *fake news* se rejoignent dans leur dimension économique, notamment au travers du cas de la petite ville de Vélès, en Macédoine<sup>15</sup> (Troude-Chastenot, 2018), ou via la création d'entreprises, dites « fermes » ou « usines » à clics, chargées de générer des revenus pour leurs propriétaires par la fabrication et la diffusion sur le Web de contenus sensationnalistes délibérément fallacieux. Ainsi des sites internet appelés *clickbaits* (pages-à-clics) sont-ils créés (OldPolitics, USConservativeToday ou UsaDailyPolitics) afin de diffuser cette vision complotiste du monde alimentée par des *fake news* qui agissent comme des éléments d'illustration et de confirmation du « complot » dénoncé : Grand Remplacement, complot Illuminati ou judéo-maçonnique, mafia des « banksters », etc.

Ensuite, comme les *fake news*, les théories du complot constituent une *fausse pensée* dans la mesure où elles portent sur un élément qui, s'il peut bel et bien exister, est présenté de manière fallacieuse, tronquée et erronée. Toutefois, les *fake news* et les théories du complot diffèrent en ceci que si les premières sont toujours fausses et délibérément produites afin de tromper le public, il semble que certains entrepreneurs politiques en théories du complot, bien qu'il soit difficile d'en évaluer les proportions, croient sincèrement à la véracité des énoncés qu'ils produisent, quand bien même ceux-ci peuvent sembler outranciers, voire extravagants<sup>16</sup>. Labellisation infamante hétérodéterminée, les théories du complot produisent des effets de disqualification puissants dans les champs politique, économique ou culturel sur les acteurs sociaux ainsi étiquetés et les conduisent parfois même devant les tribunaux. Sans négliger ou minimiser les substantiels gains réalisés par quelques leaders conspirationnistes, les coûts sociaux, symboliques ou pécuniaires engendrés par l'engagement complotiste nous poussent à formuler l'hypothèse de la sincérité, partielle au moins, de nombreux entrepreneurs en théories conspirationnistes<sup>17</sup>. Aussi les théories du complot,

---

of-me/?noredirect=on&utm\_term=.49075c2b7c98 (consulté le 26 juin 2019).

15 Vélès a connu une notoriété mondiale au cours de l'année 2016 puisqu'il est apparu que plus de 90 % des *fake news* visant à déstabiliser la campagne d'H. Clinton ont été produites par un groupe d'adolescents originaires de cette bourgade macédonienne à des fins purement économiques. Via des bots créant des contenus à forte charge sensationnelle, les adolescents ont ainsi généré un nombre de clics très important engendrant d'immenses revenus. Il s'agissait soit d'articles payants, soit de contenus publicitaires sponsorisant lesdits articles. En ce sens, les *fake news* diffusées sur les réseaux socio-numériques ou sponsorisées par des marques commerciales sont le produit ou le sous-produit du modèle économique néolibéral (Chaiehloudj, 2018).

16 On pense aux théories d'un gouvernement mondial composé de reptiliens, sortes de lézards extraterrestres géants capables de prendre forme humaine sur Terre.

17 Ainsi, D. Icke, ancien footballeur professionnel devenu commentateur sportif à la BBC et porte-parole national du Green Party au début des années 1990, s'est rapidement vu exclure de ses fonctions lorsqu'il s'est prétendu fils de dieu et a commencé à présenter les principaux dirigeants mondiaux comme des reptiliens. Ce n'est que dans le courant des années 2000 qu'il devient une « star du Web » et récolte de juteux profits. Dans le même ordre d'idée, le documentaire *Behind*

contrairement aux *fake news*, ne sont-elles pas purement et nécessairement à visée instrumentale : elles peuvent attester de la sincérité et des croyances de leurs énonciateurs. Cependant, dans les deux cas, les simples diffuseurs ou relais de *fake news* et théories du complot peuvent s'avérer de bonne foi en croyant sincèrement en la véracité de l'énoncé (re)transmis et, surtout, à l'importance et à l'intérêt de son contenu pour autrui. Par exemple, en septembre 2015, l'eurodéputée Front national (FN) Mylène Troszczynski a, de bonne foi dit-elle, relayé *via* son compte Twitter une image virale circulant depuis plus d'un an sur les réseaux socio-numériques montrant un groupe de femmes vêtues de *burqa* faisant la queue devant la caisse d'allocation familiale (CAF) de Rosny-sous-Bois. Or, il s'agissait en fait d'un photomontage, en l'espèce un *deep fake* (c'est-à-dire une *fake news* sous forme d'image[s], de son[s] ou de vidéo[s] créée grâce à l'intelligence artificielle), issu d'une photographie prise au Royaume-Uni à laquelle le logo de la CAF avait été adjoint à dessein. Prenant acte de la supercherie, l'eurodéputée a retiré l'image de son compte Twitter; le FN estimant pour sa part que « l'erreur est humaine<sup>18</sup> ».

En outre, les théories du complot et les *fake news* partagent une dimension politique même si leurs natures et leurs échelles divergent. D'un côté, les théories du complot constituent, dans leur forme extrême au moins, de véritables théories du pouvoir dans la mesure où elles ont pour ambition d'expliquer et d'ordonner des événements *a priori* épars au sein d'un méta-récit unique et global fondé sur une *représentation hégémonique, manichéenne, politique et historicisée* de la marche du monde qui postule qu'il existe un seul et même *complot universel* dans le temps et l'espace. À l'inverse, il semble que les *fake news* soient moins ambitieuses dans leur contenu et leur élaboration dans le sens où, si elles cherchent délibérément à tromper le public, elles le font sur un aspect particulier et ne constituent pas en elles-mêmes une vision globale du monde quand bien même elles peuvent s'articuler avec le mode conspirationniste comme le montre la diffusion récurrente de *fake news* sur des sites internet conspirationnistes dits de « ré-information » tels Infowar aux États-Unis ou Égalité & réconciliation en France.

Enfin, si la durée de vie de certaines théories du complot est extrêmement longue (complots templier, maçonnique ou juif), il est particulièrement difficile, nous l'avons souligné, de se prononcer quant au caractère pérenne des *fake news* dans la mesure où celles-ci visent un événement particulier, politique et/ou économique qui fait, le plus souvent, sens au regard de l'actualité du moment. En d'autres termes, à défaut d'études portant sur la durée de vie, ou au moins de visibilité, des *fake news*, il nous semble hasardeux de nous prononcer *définitivement* sur la viabilité de tel ou tel énoncé performatif lancé à dessein

---

*the Curve* paru en 2018 rapporte les témoignages de partisans de la théorie de la terre plate qui font état des coûts sociaux subis en raison de leurs croyances : divorces, coupures avec leurs enfants, ruptures amicales, licenciements, exclusion d'associations, etc.

18 Accès : [www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/09/23/quand-une-eurodeputee-fn-fait-dans-le-photomontage\\_4768630\\_4355770.html](http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/09/23/quand-une-eurodeputee-fn-fait-dans-le-photomontage_4768630_4355770.html) (consulté le 10 août 2018).

dans l'espace public ou numérique. Toutefois, le développement des chaînes d'information en continu et des réseaux socio-numériques où « une actualité chasse l'autre » nous permet d'émettre l'hypothèse d'une « *fake news* chassant l'autre » relativement rapidement. Cette hypothèse est d'autant plus raisonnable que, comme l'a montré une équipe de recherche du Massachusetts Institute of Technology, les *fake news* circulent quantitativement bien plus rapidement que les nouvelles authentiques dans l'espace numérique (Vosoughi et al., 2018).

En définitive, s'il apparaît que les *fake news* partagent certaines caractéristiques des théories du complot, notamment la personnification de leurs diffuseurs, leur caractère politique et leurs retombées économiques potentielles, il semble en revanche que celles-ci diffèrent sur de nombreux aspects parmi lesquels leurs échelles respectives : les théories du complot sont globales et hégémoniques lorsque les *fake news* sont circonscrites et événementielles, ou encore le critère de la sincérité de leur auteurs. En somme, comme pour les rumeurs, si les *fake news* et les théories du complot partagent un certain nombre de traits communs, ces deux faits sociaux ne peuvent pas être assimilés. Qu'en est-il des relations entre les *fake news* et deux formes distinctes de manipulation : la propagande et la désinformation.

## *Fake news*, propagande et désinformation

Si le processus de péjoration de la formule « propagande » a fait depuis longtemps l'objet de travaux académiques (Domenach, 1950 ; D'Almeida, 2002) et qu'il apparaît que c'est moins son existence (Ellul, 1952) que ses usages (Bernays, 1928 ; Tchakhotine, 1939) qui font l'objet de vives critiques<sup>19</sup>, les *fake news* semblent, depuis leur origine satirique et parodique, avoir connu un processus de dévalorisation et/ou de glissement transgénérique en partie semblable. En effet, exceptions faites de D. Trump ou de Jair Bolsonaro, il semble bien que les fausses informations propagées par les dominants politiques et/ou médiatiques dans les régimes démocratiques ne soit pas l'objet de la même attention et préoccupation que celles professées par les acteurs socialement ou politiquement marginaux ou dominés (Aumercier, 2007 ; Dentith, 2017 ; Gelfert, 2018). En d'autres termes, la propagande, c'est-à-dire « une stratégie de communication de masse ayant pour objectifs l'influence de l'opinion et des actions d'individus ou de groupes au moyen d'informations partiales » (Augé, 2007 : 17) ou « un message, de forme discursive ou factuel, mensonger ou vrai du point de vue de son émetteur,

<sup>19</sup> Longtemps, le terme « propagande » a été utilisé positivement par un certain nombre d'acteurs sociaux afin de désigner la nécessité de « conscientiser » les individus ou de les mobiliser autour d'une cause perçue comme juste et vertueuse. En ce sens, « la propagande n'est pas que l'apanage inacceptable des totalitarismes mais peut être une technique dont l'usage est ouvert » (Taïeb, 2010 : 6) au sein des régimes démocratiques où les cours d'éducation ou d'instruction civique ont pu parfois prendre cette forme.

dont l'identification de la source, conjuguée à l'analyse propre du contenu, laisse supposer qu'il est partial, orienté, et qu'il n'inclut pas de contrepoint à ce qu'il contient » (Taïeb, 2010 : 10), n'échappe donc pas, au même titre que les *fake news*, à une analyse normative socialement déterminée. Néanmoins, alors que ce processus de péjoration a fait de la propagande l'apanage des régimes totalitaires ou des gouvernements autoritaires, il semble bien que le label ou l'étiquette *fake news* serve dorénavant à qualifier, ou plutôt à disqualifier, des contenus et des énoncés jugés néfastes par/pour les dominants médiatiques ou politiques au sein des régimes représentatifs.

De plus, contrairement aux *fake news*, la notion de propagande ne requiert pas de faire *nécessairement* appel à la fabrication délibérée du faux. En effet, il peut s'agir de l'exaltation de sentiments positifs ou d'une construction symbolique au travers d'un processus de mythification de totems, de lieux, d'événements historiques incertains ou controversés, de figures héroïques, voire d'allégories signifiantes. Dit autrement, si la propagande et les *fake news* partagent bien la dimension manipulatoire et la mobilisation d'affects, de stéréotypes symboliques et de cognitions, le mensonge n'est pas consubstantiel à la première (Durandin, 1993). En effet, la propagande correspond bien davantage à une présentation tendancieuse, partielle et orientée d'éléments pouvant être réels mais qui cherchent à mettre en avant la position, les intérêts ou les préférences idéologiques et politiques de l'émetteur de l'énoncé (Breton, 2000). À l'opposé, les *fake news*, fausses par nature, se rapprochent davantage du mensonge délibéré et, sur cet aspect au moins, de la désinformation (Gelfert, 2018 : 103 ; Ramakrishna, 2018). Nous y reviendrons.

En outre, si la propagande se présente comme un système cohérent à prétention hégémonique au service d'une idéologie qu'elle soutient et produit en même temps, celle-ci ne se limite pas à la création des contenus performatifs : textes, vidéos, images, mises en scène de mobilisations de masse, etc. Bien au contraire, la propagande intègre de manière constitutive une dimension actionnelle. Non seulement elle cherche à influencer sur la psyché et l'opinion des acteurs sociaux mais, plus encore, elle entend les mobiliser autour d'une *cause* politiquement déterminée, conditionner leurs activités, leurs comportements sociaux ainsi que leurs actions individuelles et collectives, y compris dans la sphère privée. Là où les *fake news* cherchent à peser sur l'opinion publique de manière circonstanciée, lors d'une compétition électorale ou pour affaiblir une entreprise commerciale concurrente par exemple, la propagande constitue « un moyen d'agir sur les mentalités pour changer des situations sociales qui, elles-mêmes, permettront de réformer la société en profondeur » (François et Lebourg, 2016). Ainsi, même lorsqu'elles prétendent engendrer des retombées politiques ou économiques, les *fake news* sont bien moins ambitieuses que la propagande dans la mesure où, même dans l'hypothèse de nombreuses *fake news* convergentes, celles-ci n'ont pas la prétention systémique et hégémonique de la propagande. Elles ne visent pas à imposer, par l'intériorisation ou

l'imposition d'une forme symbolique de contrainte, une vision du monde, un mode de vie, un système économique ou une façon d'être.

Enfin, l'action des médias, via le *fact-checking* notamment (Bigot, 2018), et des pouvoirs publics contre les *fake news* les différencie de la propagande sur deux aspects essentiels. D'une part, dans son acception contemporaine, la propagande procède essentiellement de logiques *top-down* et revêt un caractère officiel ou institutionnel. Ses moyens principaux sont l'usage de sondages « artefactuels » (Blondiaux, 1997), l'amplification ou la simplification d'événements historiques, la spectacularisation de (prétendues) mobilisations de masse, la (auto-)censure des médias, la mobilisation de discours avec un choix précis du vocabulaire et des concepts employés (logocratie, « novlangue », slogans, etc.), la désignation de boucs émissaires et, surtout, la répétition jusqu'à saturation de l'espace public de ces thèmes, faits ou concepts. D'autre part, parce qu'elle émane des instances officielles, la propagande participe de la (re)production de l'idéologie dominante. En conséquence, contrairement aux *fake news*, la propagande ne fait pas l'objet de contre-discours ou de mesures répressives, comme la loi du 22 décembre 2018 dite « contre la manipulation de l'information », à même de lui faire contrepoids au sein de l'espace public... Sauf à considérer, comme le font de nombreux sites dits de « ré-information », Égalité & réconciliation par exemple, que la lutte contre les *fake news* relève elle-même de la propagande et d'un complot orchestré par les dominants politiques et médiatiques.

La désinformation, enfin, renvoie à la « fabrication d'un faux message puis à sa diffusion de façon qui semble neutre et dans un but stratégique. Il s'agit toujours de peser négativement sur l'opinion publique pour affaiblir un camp. Ce camp peut être un pays, les tenants d'une idéologie, un groupe ou une entreprise » (Huyghe, 2016 : 63). En ce sens, la désinformation se distingue du mensonge, du stratagème, de l'intoxication, de l'idéologie puisqu'elle repose sur trois critères cumulatifs : « l'intention stratégique » des auteurs du faux, sa médiatisation ou sa publicisation et, enfin, que « le processus serve aux intérêts de son initiateur au détriment de la cible » (*ibid.* : 63-64). Or, si la désinformation cherche bien à peser sur l'opinion publique, elle ne constitue pas pour autant un système hégémonique qui cherche à imposer des comportements sociaux ou à reformer la société en profondeur. La désinformation ne comporte donc pas les dimensions systémique, actionnelle et psychologique de la propagande, elle cherche seulement à imposer de manière circonstanciée un point de vue dans l'opinion publique et à affaiblir un adversaire.

La désinformation ainsi caractérisée, il est dès lors légitime de se demander si l'expression *fake news* ne serait finalement pas autre chose que son avatar 2.0. Ce serait toutefois oublier que si la désinformation constitue « une technique de manipulation de l'opinion publique par la diffusion d'informations fausses, véridiques mais tronquées, ou véridiques avec l'ajout de compléments faux, l'objectif est de donner une image erronée de la réalité, à des fins politiques ou militaires, à une opinion publique d'un camp adverse » (François, 2016). En ce sens, la désinformation, contrairement aux *fake news* qui sont autant d'artefacts forgés à dessein, provient d'une transformation de l'information initiale par sa dénaturation,

sa dé/recontextualisation afin de lui conférer volontairement une nouvelle unité de sens, différente, opposée ou, simplement, erronée (Durandin, 1993).

Ensuite, la désinformation et les *fake news* divergent à l'heure actuelle quant à leurs principaux canaux de diffusion. Historiquement, si « la désinformation, comme son nom l'indique, emprunte les mêmes canaux que l'information » (D'Almeida, 2017 : 90), elle est davantage l'apanage des dominants politiques des régimes représentatifs ou autoritaires. Dit autrement, la désinformation, qui ne se reconnaît jamais comme telle, participe au même titre que la propagande de stratégies mises en œuvre par les gouvernants afin de peser sur l'opinion publique. À l'inverse, hormis les cas où les médias dominants se « laissent avoir » et les reprennent, les *fake news* empruntent essentiellement des canaux numériques de contournement des organes de presse légitimes ou dominants en charge de la régulation des flux d'information dans l'espace public (*gate-keeping*). Les sites dits de « ré-information » sur le Net en sont l'expression la plus manifeste. Pour le seul cas français, on pense par exemple à Égalité & réconciliation, Boulevard Voltaire, Panamza, les Moutons enragés ou encore Breizh info. En ce sens, les *fake news* diffèrent à la fois de la propagande et de la désinformation dans la mesure où elles proviennent principalement de groupes minoritaires ou marginaux (*outsiders*) et sont l'objet d'attention, de réprobation, voire de répression des pouvoirs publics et/ou des acteurs médiatiques dominants – en particulier à des groupes de droite nationale, radicale et identitaire sur le Web (Cahuzac et François, 2013 ; Bouron et Castelli Gattinara, 2019).

## Pour une délimitation et un cadrage d'un territoire autonome des *fake news*

Ni totalement des rumeurs, ni des théories du complot, de la propagande ou de la désinformation, le « syndrome de Cendrillon » dont Berlin faisait état à propos du populisme nous revient tel un boomerang lorsqu'il s'agit des *fake news*. La question demeure entière et légitime : les *fake news* sont-elles en définitive, comme il est de bon ton de le proclamer après l'avoir utilisé jusqu'à saturation, un simple mot-valise ou une formule à la mode auxquels les sciences sociales devraient finalement renoncer ? Cette solution *a priori* tentante et qui offre l'avantage de procéder à des analyses conduites au moyen des notions classiques étudiées dans cet article s'avère *in fine* plus problématique qu'autre chose.

D'abord, les notions classiques étudiées dans cet article ne sont pas elles-mêmes exemptes d'enjeux programmatiques et de controverses scientifiques quant à leurs définitions et champs d'application. En outre, de manière bien plus substantielle, comme nous l'avons vu tout au long de notre démonstration, les *fake news* ne recouvrent aucune des notions abordées dans l'ensemble, ou au moins l'essentiel, de leurs caractéristiques fondamentales. Bien au contraire, il apparaît que les *fake*

*news* reprennent certains traits de chacune tout en en délaissant d'autres. Ainsi, elles semblent se situer tout à la fois au carrefour, en deçà et au-delà des rumeurs, des théories du complot, de la propagande et de la désinformation.

Plus fondamentalement encore, il semble bien qu'avec les *fake news* nous soyons en présence d'un fait social relativement autonome et innovant, notamment en raison de son caractère « endémique<sup>20</sup> », de ses modes de production et de ses canaux de diffusion. En effet, il est important de souligner que les *fake news* constituent un produit info-communicationnel issu des configurations actuelles de l'écosystème numérique où les blogs individuels, les plateformes digitales et les réseaux socio-numériques se développent rapidement en dehors de tout contrôle réel. En ce sens, « le phénomène des *fake news* concerne toutes les instances du schéma de communication traditionnel : les messages, les émetteurs, les récepteurs, les canaux » (Monnier, 2018 : 13). Chacun, à condition de disposer d'une connexion internet, peut se faire média, créer ou relayer un énoncé performatif circulant *comme* et *via* un canal d'information alternatif dans l'espace public numérique dérégulé, désintermédié et caractérisé, qui plus est, par un haut degré de défiance structurelle vis-à-vis des médias dominants et des pouvoirs publics. Ainsi l'émergence des *fake news* doit-elle être vue à la fois comme un produit et un symptôme de l'individualisation des rapports aux médias et de la mise en concurrence, sur le plan épistémologique, des régimes discursifs de l'information (Pélissier, 2018). C'est la légitimité, ou plus exactement encore, les processus qui permettent de rendre et de reconnaître comme légitime le *gate-keeping*, l'avis expert, la parole des « sachants » ou l'information vérifiée et sourcée qui sont dorénavant démonétisés et contestés publiquement au nom des opinions personnelles, des préférences individuelles ou des affinités politiques. Au-delà même des logiques algorithmiques qui régissent l'écosystème numérique contemporain (Grumbach, 2018) et qui font office de bulles filtrantes, les *fake news*, parce qu'elles s'inscrivent *dans* et s'adressent à un univers de sens, de perceptions et de pratiques sociales préétablis, participent d'une logique circulaire où la défiance originelle à l'égard des médias, des professionnels de la politique ou des « sachants » qui a permis l'acceptabilité sociale de l'énoncé fallacieux se trouve par là même renforcée. Ce processus favorise alors l'émergence de communautés émotionnelles sur les réseaux socio-numériques qui placent les acteurs dans une situation d'enfermement info-communicationnel synonyme d'homophilie idéologique (Bakshy *et al.*, 2015) et de cloisonnement social (Bougnoux, 1995 ; Lawrence *et al.*, 2010). Ces configurations inédites de l'espace social liées à la structure de l'écosystème numérique sont dès lors extrêmement propices, notamment en période électorale, de crise économique ou sanitaire, à la circulation massive, quasi instantanée et fluide des *fake news* au sein de groupements relativement homogènes où la parole légitime s'est déplacée depuis la puissance publique, les journalistes professionnels ou les scientifiques

20 En 2020, le terme « infodémie » a même été avancé pour qualifier la vague de *fake news* qui a entouré la pandémie de Covid-19. On signalera les utiles réflexions de P. Froissart à propos de ce terme : [www.univ-paris8.fr/l-comme-Infodemie-par-Pascal-Froissart-enseignant-chercheur-en-communication-a](http://www.univ-paris8.fr/l-comme-Infodemie-par-Pascal-Froissart-enseignant-chercheur-en-communication-a) (consulté le 25 mai 2020).

vers de nouvelles figures et formes d'autorité (Candel et Gkouskou-Giannakou, 2017) : blogueurs stars, influenceurs, youtubeurs, amis digitaux, journalistes citoyens, « ré-informateurs » ou autres leaders conspirationnistes.

De ce point de vue, repartant de la définition transitoire de la formule *fake news* énoncée en introduction et de notre examen croisé des notions déjà labellisées par les sciences sociales, nous pouvons dorénavant chercher à délimiter un territoire propre aux *fake news*. Six traits cumulatifs, dont chacun pris individuellement ne saurait caractériser une *fake news*, nous paraissent devoir être retenus pour pouvoir les habiller et les définir en tant que catégorie opératoire pour les sciences sociales :

1. une source, un auteur ou un entrepreneur de cause/de morale identifié ou identifiable à l'origine de la mise en circulation de l'énoncé performatif dans l'espace public, en particulier l'espace numérique. Cet auteur assume en son nom propre la responsabilité énonciative, discursive, politique et éventuellement judiciaire de cet énoncé. Parmi ces auteurs individuels et collectifs qui diffusent et assument des *fake news* citons des personnalités comme P. Horner ou A. Jones ou, dans le cadre français, des sites internet de « ré-information » tels que Panamza, Égalité & réconciliation ou Riposte laïque ;
2. cet énoncé performatif idéologiquement orienté participe, tout particulièrement *via* les plateformes numériques, du contournement et/ou de la remise en question des processus légitimes de régulation du marché de l'information (*gate-keeping*). Ainsi, lors de la pandémie de Covid-19 de 2020, de nombreuses « informations fiables » ou « émanant de sources bien informées » (prétendument médecins, infirmières, experts, etc.) contredisant la parole des pouvoirs publics ou des agences de santé publique quant au nombre de morts, aux restrictions apportées aux libertés publiques (*tracing/tracking*), au danger (« gros rhume », « gripette », etc.), à l'origine de la maladie (arme biologique chinoise, brevet de l'institut Pasteur, soupe à la chauve-souris, etc.) ou aux traitements à suivre (alcool, cocaïne, ail, huile de sésame, roquefort, etc.) ont circulé *via* la messagerie cryptée WhatsApp<sup>21</sup> ;
3. cet énoncé performatif est artefactuel dans la mesure où il est nécessairement et volontairement conçu comme faux et mensonger par son/ses auteur(s) afin de tromper sciemment le public. On pense ici aux fameuses « fermes à clics » chargées lors de la campagne présidentielle américaine de 2016 de générer des contenus sensationnalistes destinés à nuire à H. Clinton. Ainsi, la candidate démocrate fut tour à tour accusée d'être mourante, une démente

---

21 Par exemple : [www.franceinter.fr/societe/message-d-un-ami-medecin-ces-conseils-recus-par-whatsapp-sur-le-coronavirus-sont-pleins-de-fake-news](http://www.franceinter.fr/societe/message-d-un-ami-medecin-ces-conseils-recus-par-whatsapp-sur-le-coronavirus-sont-pleins-de-fake-news) <https://www.20minutes.fr/high-tech/2740371-20200315-coronavirus-message-ami-medecin-gare-faux-conseils-whatsapp-facebook> ; [www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2020/03/13/coronavirus-petit-guide-pour-distinguer-les-fausse-rumeurs-des-vrais-conseils\\_6032938\\_4355770.html](http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2020/03/13/coronavirus-petit-guide-pour-distinguer-les-fausse-rumeurs-des-vrais-conseils_6032938_4355770.html) (consultés en mars 2020).

psychotique, un robot, une reptilienne<sup>22</sup> et même la complice d'un réseau pédocriminel (Rebillard, 2017) ;

4. cet énoncé performatif délibérément faux et mensonger est relatif à un événement particulier : l'élection présidentielle américaine de 2016, la pandémie de Covid-19 en 2020 ou la crise économique de 2008 ;
5. cet énoncé performatif participe d'une stratégie discursive intégrée dans un imaginaire collectif et un univers de sens et de perceptions qui mobilise, afin de mieux les subvertir, les affects, les stéréotypes symboliques, les préjugés collectifs et des cognitions propres à toucher l'opinion publique ou un groupe social. C'est ainsi que l'eurodéputée FN M. Troszczynski a retweeté sans vérification préalable le *deep fake* à propos de la prétendue Caisse d'allocations familiales (CAF) de Rosny car il faisait écho aux préjugés, représentations et stéréotypes symboliques de l'extrême droite : étrangers non assimilés qui « envahissent » l'espace public par le port de la *burqa* ou de tenues réputées allogènes (mythes du grand remplacement et de l'islamisation) et chômeurs fainéants « profitant » des aides sociales ;
6. cet énoncé performatif est, enfin, volontairement créé afin d'engendrer des effets ou des retombées politiques et/ou économiques favorables à son/ses auteur(s) et/ou défavorables à son/ses ennemi(s), adversaire(s), opposant(s) ou concurrent(s). Nous avons à cet égard déjà évoqué le cas des adolescents de Vélès qui, en 2016, ont largement bénéficié des retombées économiques liées à de fausses informations fabriquées de toutes pièces à des fins purement pécuniaires.

## Conclusion

Les *fake news* consistent en la mise en circulation volontaire dans l'espace public, en particulier l'espace numérique, par des acteurs sociaux identifiés ou identifiables, d'énoncés performatifs délibérément faux et mensongers dont ils assument la responsabilité énonciative, discursive, politique, voire judiciaire. Ces énoncés mobilisent des affects, des stéréotypes symboliques, des préjugés collectifs ou des cognitions propres à leur univers d'énonciation et ils sont sciemment conçus afin de tromper le public en vue de retombées politiques et/ou économiques favorables à leurs auteurs et/ou défavorables à leurs adversaires, opposants ou concurrents.

En somme, plus qu'une proposition définitive, nous espérons que cette tentative de cadrage pour rendre opératoire la notion de *fake news* et en

22 Accès : [www.ouest-france.fr/leditiondusoir/data/854/reader/reader.html#:~:preferred=1/package/854/pub/855/page/7](http://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/data/854/reader/reader.html#:~:preferred=1/package/854/pub/855/page/7) (consulté le 15 février 2020).

faire une catégorie analytique alimentera les riches débats et controverses qui traversent les différentes disciplines des sciences sociales quant à l'étude de la circulation des informations non vérifiées dans l'espace public et de la défiance vis-à-vis (de la parole) des professionnels des médias et de la politique ainsi que des « sachants ».

## Références

- Aldrin P., 2005, *Sociologie politique des rumeurs*, Paris, Presses universitaires de France.
- Allcott H. et Gentzkow M., 2017, « Social Media and Fake News in the 2016 Election », *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), p. 211-236.
- Allport F. et Lepkin M., 1945, « Wartime Rumors of Waste and Special Privilege: Why Some People Believe Them », *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 40, p. 3-36.
- Allport G. W., Postman L., 1947, « An Analysis of Rumor », *The Public Opinion Quarterly*, 10 (4), p. 501-517.
- Augé É., F. 2007, *Petit traité de propagande à l'usage de ceux qui la subissent*, Bruxelles, De Boeck.
- Aumercier S., 2007, « Edward L. Bernays et la propagande », *Revue du Mauss*, 30, p. 452-469.
- Bakshy E., Messing S. et Adamic L. A., 2015, « Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook », *Science*, 348 (6239), p. 1130-1132.
- Baym G., 2005, « The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism », *Political Communication*, 22 (3), p. 259-276.
- Berlin I., 1965, « J. G. Herder », *Encounter*, 25 (1-2), p. 42-51.
- Bernard F., 2018, « Manipulation », dans B. Fleury, M. Lecoq et J. Walter (dirs), *Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. <http://publicationnaire.huma-num.fr/notice/manipulation>.
- Bernays E., 1928, *Propaganda*, Londres, Routledge.
- Bérut B., 2010, « Storytelling : une nouvelle propagande par le récit ? », *Quaderni*, 72, p. 31-45.
- Bigot L., 2018, « Rétablir la vérité via le *fact-checking* : l'ambivalence des médias face aux fausses informations », *Le Temps des médias*, 30 (1), p. 62-76.
- Blondiaux L., 1997, « Ce que les sondages font à l'opinion publique », *Politix*, 10 (37), p. 117-136.
- Bonhomme M., 2010, « La caricature politique », *Mots. Les langages du politique*, 94, p. 39-45.
- Bougnoux D., 1995, *La Communication contre l'information*, Paris, Hachette.

- Bourdeau J., 2008, « La véritable histoire du *storytelling* », *L'Expansion Management Review*, 129, p. 93-99.
- Bouron S., Castelli Gattinara P., 2019, « Extreme-Right Communication in Italy and France: Political Culture and Media Practices in CasaPound Italia and Les Identitaires », *Information, Communication & Society*. [www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/1369118X.2019.1631370?scroll=top](http://www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/1369118X.2019.1631370?scroll=top).
- Breton P., 2000, *La Parole manipulée*, Paris, Éd. La Découverte.
- Cahuzac Y., François S., 2013, « Les stratégies de communication de la mouvance identitaire. Le cas du Bloc Identitaire », *Questions de communication*, 23, p. 275-292. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.8455>.
- Candel É., Gkouskou-Giannakou P. (dirs), 2017, « Autorité et pratiques de légitimation en ligne », *Quaderni*, 93, p. 5-11. <https://doi.org/10.4000/quaderni.1066>.
- Chaiehloudj W., 2018, « Fake news et droit de la concurrence : réflexions au prisme des cas Facebook et Google », *Revue internationale de droit économique*, 32 (1), p. 17-40.
- Charaudeau P., 2006, « Des catégories pour l'humour ? », *Questions de communication*, 10, p. 19-41. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7688>.
- D'Almeida F., 2002, « Propagande, histoire d'un mot disgracié », *Mots. Les langages du politique*, 69, p. 137-148. <https://doi.org/10.4000/mots.10673>.
- D'Almeida F., 2017 [2003], *La Manipulation*, Paris, Presses universitaires de France.
- Dancu V. S., 2017, « Fake news or fake concept? », *Sinteza. Review of Culture and Strategic Thinking*, 39. [www.academia.edu/35894963/FAKE\\_NEWS\\_or\\_FAKE\\_CONCEPT](http://www.academia.edu/35894963/FAKE_NEWS_or_FAKE_CONCEPT).
- Dauphin F., 2019, « Les fake news au prisme des théories sur les rumeurs et la propagande », *Études de communication*, 53, p. 15-32.
- Dentith M. R. X., 2017, « The Problem of Fake News », *Public Reason*, 8 (1-2), p. 65-79.
- Dézé A., 2004, « Le populisme ou l'introuvable Cendrillon. Autour de quelques ouvrages récents », *Revue française de science politique*, 54 (1), p. 179-190.
- DiFonzo N., Bordia P., 2006, « Rumeurs, ragots et légendes urbaines. Contextes, fonctions et contenus », *Diogenes*, 213, p. 23-45.
- Domenach J.-M., 1950, *La Propagande politique*, Paris, Presses universitaires de France.
- Durandin G., 1993, *L'Information, la désinformation et la réalité*, Paris, Presses universitaires de France.
- Ellul J., 1952, « Propagande et démocratie », *Revue française de science politique*, 2 (3), p. 474-504.
- Fenster M., 1999, *Conspiracy Theories: Secrecy and Power in American Culture*, Minneapolis, University of Minnesota Press.

- Fine G. A., 2007, « Rumor, Trust and Civil Society: Collective Memory and Cultures of Judgment », *Diogenes*, 54 (1), p. 5-18.
- François S., 2016, « Désinformation », dans B. Fleury, M. Lecolle et J. Walter (dirs), *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/desinformation>.
- François S., Lebourg N., 2016, « Propagande », dans B. Fleury, M. Lecolle et J. Walter (dirs), *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/propagande>.
- Gelfert A., 2018, « "Fake News": A Definition », *Informal Logic*, 38 (1), p. 84-117.
- Gettings M., 2007, « The Fake, the False, and the Fictional: The Daily Show as New Source », dans J. Holt (dir.), *The Daily Show and Philosophy*, Oxford, Blackwell, p. 16-27.
- Giry J., 2017a, « Étudier les théories du complot en sciences sociales. Enjeux et usages », *Quaderni*, 94 (3), p. 5-11.
- Giry J., 2017b, « A Specific Social Function of Rumors and Conspiracy Theories: Strengthening Community's Ties in Trouble Times. A Multi-Level Analysis », *Slovak Ethnology*, 65 (2), p. 187-202.
- Giry J., 2018, « Devenir complotiste : trajectoires de radicalisation et de professionnalisation de deux groupes de citoyen(ne)s enquêteur(ice)s », *Critique & Humanism*, 49 (1), p. 429-450.
- Giry J., 2021, « "... No Dad, it Was not *Mein Kampf*! It Was *Minecraft*!!!" On a Digital *quid pro quo* about a Generational Misunderstanding, or when a Hoax Becomes Viral in the Context of Fake News », communication présentée au colloque *Perspectives on Contemporary Legends*, International Society for Contemporary Legend Research, Tarragone, Catalunya Universitat Rovira i Virgili, , 6-10 juill.
- Giry J., Tika P., 2020, « Conspiracy Theories in Political Science and Political Theory », dans M. Butter, P. Knight (dirs), *The Routledge Handbook of Conspiracy Theories*, Londres, Routledge, p. 108-120.
- Grumbach S., 2018, « L'économie politique des *fake news* », dans A. Mercier (dir.), *Fake news et post-vérité. 20 textes pour comprendre et combattre la menace*, The Conversation/ Centre de recherche sur les médiations, Université de Lorraine, p. 38-41. [https://cdn.theconversation.com/static\\_files/files/160/The\\_Conversation\\_ebook\\_fake\\_news\\_DEF.pdf?1528388210](https://cdn.theconversation.com/static_files/files/160/The_Conversation_ebook_fake_news_DEF.pdf?1528388210).
- Harsin J., 2018, « Un guide critique des *fake news* : de la comédie à la tragédie », *Pouvoirs*, 164, p. 99-119.
- Huyghe F.-B., 2016, « Désinformation : armes du faux, lutte et chaos dans la société de l'information », *Sécurité globale*, 6, p. 63-73.
- Jeanneret Y., Souchier E., 2005, « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *Communication et langages*, 145, p. 3-15.

- Joule R.-V., Beauvois J.-L., 2002, *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Kapferer J.-N., 1990, *La Rumeur. Le plus vieux media du monde*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Katz D., 1960, « The Functional Approach to the Study of Attitudes », *Public Opinion Quarterly*, 24 (2), p. 163-204.
- Knapp R. H., 1944, « A Psychology of Rumor », *Public Opinion Quarterly*, 8 (1), p. 22-37.
- Krieg-Planque A., 2009, *La Notion de « formule » en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique*, Besançon, Presses universitaires de Franche-Comté.
- Lawrence E., Sides J., Farrell H., 2010, « Self-Segregation or Deliberation? Blog Readership, Participation and Polarization in American Politics », *Perspectives on Politics*, 8 (1), p. 141-157.
- Lilleker D. G., 2017, « Evidence to the Culture, Media and Sport Committee "Fake news" inquiry », *Faculty for Media & Communication*, conference, Bournemouth, Bournemouth University, 18 avril.
- Monnier A., 2018, « Narratives of the Fake News Debate in France », *lafor Journal of Arts & Humanities*, 5 (2), p. 3-22.
- Natella A., 2006, « Aux origines de l'usage subversif du canular en Italie », *Multitudes*, 25 (2), p. 169-173.
- Neubauer H.-J., 1999, *The Rumor: A Cultural History*, New York, Free Association.
- Olmsted K. S., 2011, « The Truth is Out There : Citizen Sleuths From The Kennedy Assassination to The 9/11 Truth Movement », *Diplomatic History*, 35 (4), p. 671-693.
- Paillard B., 1990, « L'écho de la rumeur », *Communication*, 52, p. 125-139.
- Peyron-Bonjan C., 2018, « De l'inexorabilité des fake news dans le monde contemporain », dans A. Joux, M. Pélissier (dirs), *L'Information d'actualité au prisme des fake news*, Paris, Éd. L'Harmattan, p. 23-45.
- Ramakrishna K., 2018. « Disinformation and Fake News: Old Wine in New Bottles », *RSIS Commentary*, 54. [www.academia.edu/36350282/Disinformation\\_and\\_Fake\\_News\\_Old\\_Wine\\_in\\_New\\_Bottles](http://www.academia.edu/36350282/Disinformation_and_Fake_News_Old_Wine_in_New_Bottles).
- Rebillard F., 2017, « La rumeur du PizzaGate durant la présidentielle de 2016 aux États-Unis », *Réseaux*, 202-203, p. 273-310.
- Reilly I., 2018, « F for Fake: Propaganda! Hoaxing! Hacking! Partisanship! And Activism! in the Fake New Ecology », *The Journal of American Culture*, 41 (2), p. 139-152.
- Reumaux F., 1990, « Traits invariants de la rumeur », *Communication*, 52, p. 144-159.
- Rodriguez Galvis N., 2013, « Rire et réfléchir ensemble. Le cas de l'émission américaine de satire politique *The Daily Show* », *Télévision*, 4 (1), p. 61-84.

- Rosnow R., Fine G. A., 1976, *Rumor and Gossip: The Social Psychology of Hearsay*, New York, Elsevier.
- Rouquette M.-L., 1975, *Les Rumeurs*, Paris, Presses universitaires de France.
- Rouquette M.-L., 1990, « Le syndrome de rumeur », *Communication*, 52, p. 119-123.
- Starbird K. et al., 2018, « Engage Early, Correct More: How Journalists Participate in False Rumors Online during Crisis Events », [www.researchgate.net/profile/Dharma\\_Dailey/publication/322665656\\_Engage\\_Early\\_Correct\\_More\\_How\\_Journalists\\_Participate\\_in\\_False\\_Rumors\\_Online\\_during\\_Crisis\\_Events/links/5a67a02caca2720266b5d9f4/Engage-Early-Correct-More-How-Journalists-Participate-in-Fals](http://www.researchgate.net/profile/Dharma_Dailey/publication/322665656_Engage_Early_Correct_More_How_Journalists_Participate_in_False_Rumors_Online_during_Crisis_Events/links/5a67a02caca2720266b5d9f4/Engage-Early-Correct-More-How-Journalists-Participate-in-Fals).
- Taïeb E., 2010, « La propagande revisitée », *Quaderni*, 72, p. 5-18.
- Tchakhotine S., 1939, *Le Viol des foules par la propagande politique*, Paris, Gallimard.
- Troude-Chastenot P., 2018, « *Fake news* et post-vérité. De l'extension de la propagande au Royaume-Uni, aux États-Unis et en France », *Quaderni*, 96, p. 87-101.
- Vanbreemsch N., 2018, « De quoi les *fake news* sont-elles le nom ? », *Le Débat*, 200, p. 15-22.
- Vosoughi S., Roy D., Aral S., 2018, « The Spread of True and False News Online », *Science*, 6380 (359), p. 1146-1151.
- Walter J., 2019, « Bloch (Marc) » dans B. Fleury, M. Lecolle, J. Walter (dirs), *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/bloch-marc>.

