



**HAL**  
open science

# Le journalisme professionnel face aux fake news : antidote efficace ou remède aux effets aléatoires

Marc Bassoni

## ► To cite this version:

Marc Bassoni. Le journalisme professionnel face aux fake news : antidote efficace ou remède aux effets aléatoires. Cycle thématique "la vérité en question : comprendre les mécanismes de la désinformation", Bibliothèques universitaires d'Aix-Marseille Université, Nov 2023, Aix-en-Provence, France. <hal-04395289>

**HAL Id: hal-04395289**

**<https://hal.science/hal-04395289v1>**

Submitted on 22 Jan 2024

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

## Le journalisme professionnel face aux *fake news* : antidote efficace ou remède aux effets aléatoires ?



Conférence donnée dans le cadre du cycle thématique « *La vérité en question : comprendre les mécanismes de la désinformation* », organisé par les bibliothèques d'Aix-Marseille Université

par Marc Bassoni, Maître de conférences (HDR) à l'EJCAM & chercheur à l'IMSIC

BU Inspé – Aix-en-Provence – Mardi 21 novembre 2023

Bonjour à toutes et à tous. Permettez-moi, avant toute chose, de vous remercier de votre présence en ce début d'après-midi et permettez-moi également de remercier les organisateurs de ce cycle thématique qui, pendant deux mois, se déploie sur différents sites de notre Université et concourt à alimenter des débats salutaires autour d'une question ô combien cruciale et « vive ».

Permettez-moi ensuite, pour introduire mon propos, de relater un événement très récent en lien avec le conflit qui embrase aujourd'hui une partie du Moyen-Orient. Cet événement, c'est l'explosion meurtrière qui survient, mardi 17 octobre 2023, dans l'hôpital *Al-Ahli* de Gaza. Dans la soirée, des dépêches d'agence – dont l'*A.F.P.* – font état d'un bombardement de l'hôpital imputé à l'armée israélienne et évoquent un premier bilan, établi par le ministère de la santé de la bande de Gaza administrée par le *Hamas*, de 200 morts. Les principaux médias de la planète – dont *Le Monde*, en France – relaient immédiatement cette information sous forme d'alerte. L'émotion mondiale est très grande et, dès le lendemain, des manifestations importantes s'organisent en soutien aux civils de Gaza, surtout dans les grandes capitales arabes, de Tunis à Amman, *via* Le Caire et Beyrouth entre autres. En dépit du démenti des autorités israéliennes, le Hamas semble marquer un point important dans la guerre de l'opinion. Ce n'est qu'à partir du jeudi 19 octobre, soit 48 heures plus tard, que les services de *fact-checking* des grands médias internationaux tendent à montrer, à défaut de pouvoir l'établir formellement, que l'explosion en question – sans avoir détruit l'hôpital – aurait été provoquée par la chute d'une roquette tirée depuis la bande de Gaza. Des investigations sont donc appelées à se poursuivre ; la prudence semble devoir s'imposer en la matière. Pour autant, il est déjà trop tard. Les convictions, de part et d'autre, sont forgées. Le doute qui doit normalement présider à la recherche de la vérité devient désormais suspect, voire manipulateur d'opinion.

Cet événement est très illustratif du désordre informationnel contemporain, amplifié par la vitesse de circulation virale des messages. Ce désordre se caractérise par un brouillage de plus en plus fort des frontières qui séparent les faits documentés, les faits « fabriqués », ainsi que les opinions autour de ces faits. L'inflation des narrations complotistes ou conspirationnistes est un marqueur très fort de ce désordre. L'expression-valise de « *fake news* » est censée résumer ce nouvel état du monde de l'information ; nous allons y revenir.

C'est précisément au sujet de ce désordre informationnel que je souhaite intervenir aujourd'hui avec, à la clef, une question particulière. Si l'on admet que ce désordre constitue une menace qui pèse, en démocratie, sur la qualité du débat public et si l'on en infère que ce désordre appelle un sursaut collectif et des réponses de sauvegarde, la question que je vous soumets aujourd'hui pourrait être formulée ainsi : en quoi le journalisme professionnel constitue-t-il un rempart fiable ? Peut-il être un antidote efficace face à la déferlante des *fake news* ? N'a-t-il pas plutôt des effets limités, voire aléatoires ? ...

Précisons tout de suite ce que nous entendons par « journalisme professionnel », par contraste avec le « journalisme amateur » qui s'est fortement développé, dès les années 2000, dans le sillage de la révolution du Web 2.0 (développement de la blogosphère antérieur au déploiement des RSN). Le journalisme professionnel est une activité de production d'information socialement et fonctionnellement organisée (*via* une rédaction), inscrite dans un cadre déontologique connu, sous-tendue par la recherche de la vérité<sup>1</sup> autour des faits (laquelle fonde la séparation, au sein de l'activité même des rédactions, de la narration des faits d'avec les commentaires et les analyses autour de ces faits) et mobilisant des compétences et des savoir-faire acquis soit par « compagnonnage », soit par le biais de formations dédiées<sup>2</sup>.

Mon propos s'organisera en deux temps : dans un premier temps, je compte revenir sur cette expression-valise de *fake news*. De quoi véritablement parle-t-on quand nous mobilisons cette expression ? A la lumière des catégories et des notions que mobilisent usuellement les sciences de l'information et de la communication, j'essaierai de mettre en exergue le caractère polysémique de l'expression. Cette mise à plat terminologique nous permettra de mieux saisir la portée du défi que doivent relever les journalistes professionnels. Et justement, dans un second temps, j'aborde la question de l'efficacité de la réponse que ces derniers peuvent opposer au désordre informationnel. Comme j'essaierai de le montrer, le *fact-checking* et le *debunking* (la déconstruction d'une argumentation spéieuse ou folklorique) sont loin de suffire ; la qualité des remèdes proposés va finalement dépendre de l'approfondissement de l'acculturation des journalistes et des rédactions aux contextes socio-numériques contemporains. Pour s'avérer un peu efficace, le journalisme professionnel ne doit pas ambitionner de bâtir une nouvelle « ligne Maginot » face à la déferlante des *fake news* ; il doit plutôt chercher à tirer parti de la force des réseaux (mieux occuper ce nouveau terrain et s'appropriier ses codes communicationnels) et à contribuer à forger, au sein des publics, une « *media-literacy* » plus solide.

### **I/ *Fake news* : de quoi parle-t-on véritablement ?**

Les « *fake news* » doivent tout d'abord être resituées par rapport ces notions canoniques des sciences de l'information et de la communication que sont les notions de « désinformation »,

---

<sup>1</sup> cf. Charte de Munich, 1971.

<sup>2</sup> Quelques chiffres / profession (source : CCIJP, 2022) : 36 626 cartes ; dont 1950 pour primo-demandeurs. 1/5 des journalistes encartés, issus des formations au journalisme. 55,7 % travaillent en PE, 17,8 % en TV, 9,5 % en radio et 8 % en agences de presse.

de « mésinformation » et de « mal-information ». A titre de préalable, une mise à plat systématique s'impose donc.



Trois critères que nous allons croiser permettent cette mise à plat. Ces trois critères sont : le degré de véracité de l'information ; l'intention explicite de l'émetteur de l'information et l'identification de la source de cette dernière.

Croisons les deux premiers critères.

	<b>Intention d'influencer, voire de nuire</b>	<b>Absence d'intention</b>
<b>Contenu erroné et/ou faits « fabriqués »</b>	<b>Désinformation</b>	<b>Mésinformation</b>
<b>Contenu exact (ou partiellement exact, dans le cas de la mal-information)</b>	<b>Mal-information</b>	<b>Information</b>

Citons un cas emblématique de mésinformation : l'affaire Nungesser et Coli, en mai 1927. Le 8 mai de cette année-là, les pilotes français Charles Nungesser et François Coli, deux as de la Grande guerre, décollent du Bourget à bord de « l'Oiseau blanc » en vue de la première traversée en avion de l'Atlantique Nord. L'avion sera signalé aux abords de Terre-Neuve et, sur la foi d'une fausse dépêche, un journal parisien du soir, *La Presse*, se hasarderà à annoncer en une (« Nungesser et Coli ont réussi ») leur arrivée à New-York. Las ! Les deux aviateurs ne poseront jamais le pied sur le sol américain ...

La mal-information, quant à elle, se base sur des éléments factuels vrais, ou partiellement vrais, mais qui sont décontextualisés et réagencés dans un schéma interprétatif biaisé ou orienté. La mal-information va généralement de pair avec la circulation des opinions (cf. Philippe de Villiers, *J'ai tiré sur le fil du mensonge et tout est venu*, Fayard éd., Paris, 2019 ; un « tissu de faux-semblants » tirés de l'histoire de l'Union européenne, nimbé d'un épais halo de complotisme).

La désinformation s'inscrit, par contraste, dans une intention de tromper le jugement du récepteur de l'information, ou de nuire à ce dernier. En cela, la désinformation rappelle le délit de « fausses nouvelles » énoncé, en France, dans la loi sur la liberté et la responsabilité de la presse du 29 juillet 1881. La loi proscrit en effet toute « information délibérément fausse mais présentée comme vraie afin de tromper son destinataire ». Il est à noter que l'expression « *fake news* » apparaît pour la première fois aux Etats-Unis à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle pour caractériser la fabrication de canulars réalisée par la

presse dite « à bon marché », soucieuse d'attirer l'attention de ses lecteurs et de piquer leur curiosité (cf. en 1835, *The New York Sun* – créé par Benjamin Day – publie une série d'articles qui prétendent décrire « les formes bizarres de vie découvertes sur ... la lune !).



La frontière entre mésinformation et désinformation est parfois difficile à tracer. Prenons l'exemple du faux certificat de naissance de Barak Obama. En 2009, le blogueur Lucas Smith met en vente sur *eBay* un acte de naissance présumé de Barak Obama « prouvant » que ce dernier n'est pas né aux Etats-Unis comme l'exige pourtant, pour tout locataire de la Maison Blanche, la Constitution US. Selon cet acte, il serait né dans la Province de Mombassa au Kenya. Le blogueur prétend agir en toute bonne foi. Nombre de médias relaient cette information, laquelle s'avèrera pourtant totalement erronée. Parmi ces médias, certains ont repris l'information par légèreté, sans vérification sérieuse. Nous sommes là, alors, sur le registre de la mésinformation. En revanche, d'autres médias – proches le plus souvent de l'*alt-right* – ont repris cette information avec la ferme intention de nuire au Président en exercice (canular malveillant). Nous sommes là, au contraire, sur le registre de la désinformation.

Croisons maintenant le premier critère cité ci-dessus avec le troisième critère.

	Source identifiée	Source incertaine ou inconnue
Contenu erroné (ou sujet à caution)	Vérité « alternative » (ou « post-vérité »), opinion, croyance	Rumeur
Contenu exact (ou partiellement exact)	Information Mal-information	

Avec la « post-vérité » [*post-truth*] – mot de l'année 2016 selon le dictionnaire britannique *Oxford* – on entre, au-delà de l'opinion, dans le régime de la croyance. Au nom du doute légitime et salutaire, marqueur de la démarche scientifique, on procède par abus à une disqualification par principe de toute connaissance solidement documentée et de tout savoir stabilisé. Depuis 2016, ce sont surtout les *tweets* nombreux et ravageurs de Donald Trump qui ont popularisé l'expression. Le Président US n'hésitait pas à traiter de « *fake media* » tout média professionnel (on pense à *CNN*, mais aussi au *NYT* ou au *Washington Post*) qui prenait ses distances avec les vérités « alternatives » proférées par lui. Ces vérités dites « alternatives » ne s'inscrivent pas dans la logique de la discussion habermassienne ; elles relèvent plutôt du registre de la polémique et du rapport de force.

En tant que processus communicationnel, la rumeur se définit de la façon suivante : 1°/ il s'agit d'un message dont la source est incertaine, voire inconnue 2°/ il s'agit d'un message qui circule d'une façon informelle (le vieux « bouche-à-oreille »), ce qui suppose un relatif entre-soi, y compris sur les RSN (amis et *followers*, la sociabilité virtuelle) 3°/ il s'agit d'un message qui contient, aux yeux de la communauté qui va le propager, un degré élevé de plausibilité ; cette plausibilité ne préjuge en rien de la véracité intrinsèque du message. En d'autres termes, ce qui alimente la circulation de la rumeur ce n'est pas sa véracité, mais plutôt la plausibilité du scénario qu'elle déroule.

Sur la base de tous ces éléments, comment caractériser les *fake news* qui circulent abondamment aujourd'hui ?

1°/ Les *fake news* ont partie liée avec la désinformation et la circulation des croyances et des opinions. A ce titre, elles constituent un invariant du système informationnel. En France, sous l'Ancien régime, les procédés de canulars malveillants étaient déjà monnaie courante. Les libelles, ces textes satiriques écrits souvent sous pseudonyme, n'hésitaient pas – comme le rappelle l'historien du CNRS Jean-Claude Bonnet – à conjuguer information et calomnie. Turgot, inspirateur des lois libérales de 1763 et 1764 sur la liberté du commerce intérieur des grains et sur la liberté d'exportation, en fera les frais. A partir de l'hiver exécrable de 1768, la crise des subsistances devient récurrente. La psychose de la famine gagne villes et campagnes. La rumeur relative au « pacte de famine » enfle (un complot organisé au sommet de la monarchie viserait à affamer le peuple). Les appels à la taxation et à l'entrave se multiplient. Un bouc-émissaire est désigné : Turgot ! Une certaine presse concourt à entretenir l'ébullition des esprits. Tous les moyens sont bons, y compris les plus vils. L'historien américain Steven Kaplan a magistralement documenté ce mécanisme.

2°/ Les *fake news* ne sont pas toujours synonymes de rumeurs. Certaines, en effet, ont une source clairement identifiée. Par exemple, quand le médecin Andrew Wakefield publie, en 1998, son étude-bidon qui met en évidence un lien de cause à effet entre la vaccination ROR chez les jeunes enfants et l'occurrence de l'autisme, il enclenche un mouvement de défiance anti-vax indépendant de tout phénomène rumoral. Pour autant, à l'inverse, quelques *fake news* sont amorcées par des ragots. Elles s'installent dans le débat public dès lors qu'elles sont médiatiquement relayées (soit pour être déconstruites, soit pour être amplifiées [désinformation]). Un exemple bien connu est celui du « *pizzagate* ». Nous sommes à la veille de l'élection présidentielle US de 2016 ; sur les sites *4chan* et *Reddit*, des internautes anonymes (pseudo) alimentent une rumeur à partir d'interprétations fumeuses d'emails de John Podesta publiés par *WikiLeaks*. John Podesta n'est pas un quidam, il est l'ancien directeur de campagne de Hillary Clinton. Ces internautes prétendent avoir mis au jour un code langagier secret qui permettrait d'occulter les agissements d'un réseau de pédophilie impliquant de

« gros bonnets » du Parti démocrate (dont les Clinton), ainsi que le gérant de la pizzeria *Comet Ping Pong*, un restaurant « *kid-friendly* ». A l'approche de l'élection, cette rumeur va faire réagir les médias US. Pour les uns – les médias proches de l'*alt-right* – il s'agit de relayer et d'amplifier le travail de sape enclenché par un tel ragot (Alex Jones *via InfoWars*). Pour les médias professionnels, en revanche, il s'agit de procéder à un rapide « *debunking* » afin de dissiper très vite une telle « pollution informationnelle ». Ces médias, ainsi d'ailleurs que la police, classeront l'affaire sans suite. Las ! La rumeur ne s'éteint pas et affecte grandement la fin de campagne de Hillary Clinton.

3°/ Les *fake news* d'aujourd'hui circulent d'autant plus facilement que leur « viralité » découle de l'organisation économique même du marché « bi-face » des grands RSN. Ces RSN sont en concurrence exacerbée pour capter l'audience des internautes, laquelle audience conditionne le flux des recettes publicitaires engrangées<sup>3</sup>. Le trafic sera d'autant plus facile à générer que les contenus partagés activent des ressorts émotionnels et affectifs puissants, créateurs de « bulles de filtre ». L'internaute, tel un « poisson rouge », pour reprendre l'image donnée par Bruno Patino, est victime de sur-exploitation de son attention. Ces ressorts, congruents avec le jeu des heuristiques cérébrales, favorisent la prolifération des *fake news* et leur halo de sensationnalisme.

4°/ Enfin, les *fake news* d'aujourd'hui s'inscrivent dans un contexte d'infobésité. Pour l'internaute, trop d'info, tue l'info ! Au-delà du slogan facile, l'idée est de considérer que l'inflation d'informations hétérogènes pose, à titre individuel, un problème insoluble de tri et de hiérarchisation. La rationalité « froide » est débordée, saturée. Le cerveau humain est donc obligé – et c'est son fonctionnement normal – de sur-solliciter ses « heuristiques » de travail, c'est-à-dire les raccourcis qui lui font gagner du temps, lesquels raccourcis sont des produits de l'évolution humaine. Ces heuristiques sont communément appelées « biais cognitifs ». « C'est le croisement – précise Gérald Bronner – du caractère ancestral de notre cerveau avec l'hypermodernité du marché de l'information qui fit ce mélange détonant [la propagation des fausses nouvelles] » (itw au JDD, 31 mars 2019).

Viralité importante, bulles de filtres, biais cognitifs ... sous tous ces angles-là, la déferlante contemporaine des *fake news* peut être assimilée à une « pollution » informationnelle dangereuse. A ce titre, on se souvient du cri d'alarme lancé au Royaume-Uni, en 2016, par Katharine Viner, rédactrice en chef du *Guardian*, au lendemain de la victoire du camp pro-Brexit ; à l'époque, Katharine Viner imputait ce résultat, désastreux selon elle, à l'accumulation des bobards mobilisés, au fil de la

---

<sup>3</sup> A noter : X (ex-Twitter) bascule vers le modèle payant ; Meta (maison-mère de Facebook et Instagram) envisage de prendre ce chemin. On prétend que ce changement de pied est en lien avec la réglementation européenne (DSA) qui durcit les obligations de moyens en matière de modération de contenus. Pour l'heure, la bascule de X semble sans effet sur la diffusion des *fake news* ; il suffit de constater ce qui s'est passé sur ce RSN depuis le 7 octobre dernier pour s'en convaincre ... Des comptes-bidon se sont fait certifier – ils ont payé leur abonnement ! – pour gagner en crédibilité et, surtout, en visibilité.

campagne électorale, par les tenants du « *leave* ». La compétition démocratique avait ainsi été gravement biaisée. Eu égard à pareille menace, quelles sont les voies d'accès à une forme de résilience collective ? Et *quid* du journalisme professionnel dans une telle perspective ? ...

## II/ Le journalisme professionnel au défi des *fake news*

Face à cette « pollution » informationnelle, la réponse des médias traditionnels, ou professionnels, a consisté, dans un premier temps, à mettre en avant leurs avantages comparatifs, à savoir leur capacité à « *fact-checker* » certains messages mis en circulation et à « *débunker* » les argumentations spécieuses qui s'en nourrissent. Ainsi, ils envisagent rapidement de collaborer avec les grandes plateformes, lesquelles ont désormais tout intérêt à afficher leur volonté d'œuvrer en faveur d'une « dépollution » de l'offre d'information, respectueuse pour autant de la liberté d'expression des internautes. C'est ainsi, par exemple, que *Google* co-finance au sein de certaines rédactions, *via* son fonds européen de soutien à l'innovation, des projets de création de cellules ou d'équipes de *fact-checking* (en privilégiant les initiatives dites de « mutualisation » de moyens) ; pour sa part, *Facebook* noue des partenariats avec des médias en vue d'externaliser efficacement cette mission de vérification (cf. l'*AFP* [avec sa cellule « *AFP factuel* »], *Libération* [avec son service « *CheckNews* »], ...).

Si cette démarche « coopérative »<sup>4</sup> s'adosse clairement à une volonté partagée de bâtir un espace épistémique commun et ouvert, force est néanmoins de constater qu'elle suscite moult débats quant à son efficacité et à ses éventuels effets pervers.

Premier obstacle de taille : la masse croissante des faits et assertions à vérifier. Le développement des IA génératives, de ce point de vue, va accroître la difficulté ; il sera de plus en plus difficile, pour des médias aux moyens humains et techniques limités, de suivre la cadence et de « *fact-checker* » en temps et en heure les informations les plus malveillantes ou les plus toxiques.

Mais au-delà de cet aspect purement quantitatif, le *fact-checking* atteint-il son but ? Permet-il, par exemple, de ramener vers cet espace commun les citoyens-internautes les plus « poreux » aux thèses conspirationnistes les plus délirantes ? Pour cette cible-là, la réponse est clairement négative. Confrontés à une réfutation perçue comme « institutionnelle » de leurs opinions et de leurs croyances, ces citoyens-internautes renforcent paradoxalement leur ancrage sur ces dernières. Ils interprètent même le *fact-checking* comme un effort désespéré du « système » visant à endiguer les « vérités » dérangeantes dont ils seraient, eux, seuls porteurs. Qu'en est-il alors de la cible des sceptiques, des citoyens qui doutent ? Sur eux, le *fact-checking* a-t-il plus d'impact ? Cela est difficile à mesurer. Pour

---

<sup>4</sup> Sur le marché de l'information, les géants du numérique et les médias traditionnels sont désormais concurrents et partenaires. Pour désigner cette dualité, les économistes anglo-saxons ont imposé le mot « *coopetition* », mot hybride construit à partir des termes « *cooperation* » (collaboration) et « *competition* » (concurrence).

autant, nombre d'études soulignent la nécessité d' « enrober » différemment le travail de vérification, c'est-à-dire de le rendre moins magistral et moins surplombant afin de ne pas impressionner – voire de ne pas effaroucher – les citoyens les plus fragiles.



La question des éventuels effets pervers de la démarche est ainsi posée. Deux d'entre eux sont souvent commentés. S'il est effectivement perçu comme surplombant, mâtiné d'une simple volonté de disqualification d'idées « folkloriques », le *fact-checking* peut alors relever de ce que Marie Peltier appelle une « nouvelle forme d'oppression symbolique ». Pointer ainsi du doigt certains messages ou certains propos pourrait ainsi rendre plus difficile, pour ceux qui les formulent et les colportent, le renoncement à toute forme d' « alter-vérité » (risque accru de disqualification sociale). Outre ce premier effet pervers, il semblerait également que le *fact-checking* favorise un effet bien connu en communication, à savoir l'« effet Streisand »<sup>5</sup>. Ainsi, en mettant en lumière un contenu informationnel douteux, le *fact-checking* confère à celui-ci une visibilité et une audience qu'il s'agissait précisément de lui faire perdre. Cet « effet Streisand » résume bien, par exemple, la contradiction à laquelle sont confrontées certaines rédactions dès lors qu'il s'agit de « couvrir » un phénomène de rumeur qui a visiblement un impact dans l'espace public. En informant le public au sujet de cette rumeur ne prend-t-on pas le risque de la faire « flamber » et d'accroître ainsi ses effets éventuellement pernicioseux ? Le dilemme n'est pas anodin.

Plutôt que d'être pensé comme une « ligne Maginot » censée faire front à la déferlante des *fake news*, le *fact-checking* devrait peut-être se penser et se pratiquer dans un esprit plus horizontal, en agrégeant autour du média concerné une communauté d'internautes divers susceptibles de contribuer à l'effort de vérification et d'assurer, *via* les réseaux, une circulation plus efficace de cette dernière. Dans cette perspective horizontale (ou participative), le public-amateur co-construit la validation de l'information aux côtés des journalistes professionnels. Il s'agit d'une forme de journalisme « distribué », ou « collaboratif », telle qu'elle existe déjà dans les champs du « data-journalisme » et de l'investigation. Le « data-journaliste » met à disposition ses bases de données et invite les internautes à reproduire et à étayer l'enquête ouverte en rédaction. L'investigation, quant à elle, requiert la mobilisation et le croisement d'un grand nombre de sources. L'investigation « distribuée » consiste alors à mettre en lien une rédaction avec un réseau étoffé de « citoyens-reporters » familiers, ou spécialistes, du terrain de l'enquête. Ces reporters alimentent la rédaction de données qui sont d'autant plus précieuses qu'elles proviennent d'un terrain finement arpenté ; à charge alors, pour la rédaction en question, de mettre

---

<sup>5</sup> En 2003, l'actrice et chanteuse américaine Barbara Streisand poursuit en justice l'auteur d'une photographie aérienne de son domaine privé situé en bord de mer (la photographie est prise dans le cadre d'une étude de l'érosion du littoral). Ce faisant, Barbara Streisand croit préserver la discrétion, et le calme, autour de sa propriété. Las ! La publication de la procédure concourt à diffuser largement l'image prise auprès du grand public et à attiser son intérêt vis-à-vis de ce lieu. Très vite, la propriété attire des foules de curieux ...

en forme ces flux de renseignements et de leur donner l’habillage journalistique le plus pertinent. On se souvient que la journaliste Sherry Fink – membre de la rédaction du site américain d’information *ProPublica* – décroche en 2010 le très convoité prix Pulitzer (catégorie « journalisme d’investigation ») pour son enquête collaborative sur le *Memorial Medical Center* de la Nouvelle-Orléans confronté, en 2005, à la catastrophe sanitaire consécutive au passage de l’ouragan *Katrina*<sup>6</sup>.

Toujours dans cette idée de chercher à tirer le meilleur parti de la force des réseaux, les rédactions et leurs journalistes ne doivent pas rechigner à investir les RSN et à décliner de nouveaux formats, plus riches en contenus visuels. La tendance est bien amorcée ; elle doit être amplifiée<sup>7</sup>. Ne serait-ce que pour capter l’attention du public rétif à suivre les canaux traditionnels des médias institués (dont le public jeune). Mais pour occuper efficacement ce nouveau terrain, deux conditions doivent être respectées. La première est une condition « marketing » : il s’agit de bien identifier les publics-cibles présents sur chaque plateforme, de sélectionner les sujets et les angles journalistiques susceptibles de les intéresser (il s’agit ici d’éditorialiser les contenus produits) et « d’emballer » l’information qui leur est destinée d’une façon parfaitement congruente avec leurs codes sociaux et culturels. Dans ce contexte, les journalistes doivent donc s’acculturer bien plus fortement à la communication digitale. En matière de *fact-checking* et de *debunking*, les journalistes doivent suivre le conseil formulé par Sébastien Dieguez – auteur de *Total Bullshit* – à savoir de retourner contre la « post-vérité » les armes qu’elle-même mobilise, c’est-à-dire la fiction (le faux) et la satire (le bête).

La deuxième condition a trait au changement d’interaction avec le public. Afin d’éviter les effets de surplomb dont il était question précédemment, les journalistes doivent modifier radicalement leur rapport au public en installant une forme d’incarnation et de conversation familière, vectrices de ce que Dominique Schnapper appelle « la confiance subjective ».

Pour illustrer cela, je vais faire référence à une étude que nous venons de mener, ma collègue Stéphanie Lukasik et moi-même, à propos de la vulgarisation scientifique sur *YouTube* (cf. référence ci-joint ; publiée dans l’ouvrage collectif *La science pour le journaliste*, L’Harmattan, sorti en librairie le 2 novembre dernier). Nous avons passé au crible de l’analyse de contenus deux types de chaînes de vulgarisation : des chaînes animées par des vidéastes scientifiques et des chaînes animées par des vidéastes autodidactes. Deux types de résultats émanent de cette analyse comparative. Tout d’abord, ces vulgarisateurs, quels qu’ils soient, ont des pratiques convergentes avec celles des journalistes

---

<sup>6</sup> « L’enquête finit par révéler que des professionnels de santé, incapables matériellement de prendre en charge tous les patients et tous les blessés au cœur du désastre, ont délibérément injecté des doses létales de morphine » (Bassoni, 2010, p. 147). Cette révélation a fait l’effet d’une bombe.

<sup>7</sup> En matière de nouveaux formats, *France-Info*, par exemple, projette actuellement de lancer un journal quotidien de 5 minutes destiné aux 15-25 ans.

spécialisés, ceux que l'on appelle communément, dans les rédactions, les « rubricards-science » (pratique de l'accroche, cadrage de l'information, recours à l'expertise, mobilisation ponctuelle d'images-prétextes, ...). Ensuite, il y a une vraie différence entre les vidéastes scientifiques et les vidéastes autodidactes. Les seconds, *via* une pratique « les yeux dans les yeux » beaucoup plus assumée, *via* la mise en scène de leur proximité avec les internautes (tenue vestimentaire, décor d'arrière-plan, langage utilisé, ...), parviennent à susciter des interactions beaucoup plus fortes avec leur audience. Ces interactions vont bien au-delà des « likes » et se caractérisent par des questions en lien avec les thématiques traitées ou des commentaires qui catalysent une conversation entre pairs. Cette forme d'horizontalité illustre un lien de confiance qui se cristallise autour de la personne du vulgarisateur-animateur. C'est ce lien de confiance que les journalistes se doivent de retisser avec leur public ; et la force des réseaux peut les y aider.

Le défi est de taille, convenons-en. Mais une partie de la bataille se joue en amont, ou en marge, du système informationnel. Elle a trait à la « *media-literacy* » du public. En l'état, en France aujourd'hui, celle-ci est-elle suffisamment étoffée ? Il y a quasi-consensus pour répondre par la négative. D'où l'invocation de la nécessité de doper l'éducation aux médias et à l'information (EMI), inscrite dans la loi d'Orientation pour la Refondation de l'École du 8 juillet 2013. Le récent rapport de la Commission Bronner (2022) – « Les Lumières à l'ère numérique » - y fait clairement référence. En sa recommandation numéro 27, le rapport préconise d'étoffer l'EMI, telle qu'elle existe pour les élèves des premier et second degrés. Mais ce rapport va au-delà de la question des moyens. En sa recommandation numéro 29, il exhorte surtout à ne pas isoler l'EMI, c'est-à-dire à ne pas en faire une thématique strictement scolaire. « Il est important – précise le rapport – de créer un continuum entre le temps scolaire, l'université, le monde culturel et le monde du travail. La formation à l'esprit critique et l'EMI doit donc être systématisée aussi bien dans des projets éducatifs de territoires et des cités éducatives, que dans des dispositifs d'insertion, des jeunes volontaires en service civique jusqu'aux retraités et à la formation continue ». Partant, le rapport fait bien de cette question une affaire de citoyenneté au sens large. Un autre rapport récent – rédigé sous l'autorité de Nathalie Sonnac et remis en mai 2021 au Ministre de l'Éducation nationale – va dans le même sens. En soulignant que l'école ne peut pas tout, il enjoint l'État de « s'appuyer davantage sur ses groupes de l'audiovisuel public – *France Télévisions, Radio France, France Médias Monde* – qui disposent de près de 4500 journalistes professionnels pour participer à la fois à la formation des élèves (...) et à celle des enseignants, combinant formations initiale et continue ». Le rapport Sonnac invite ainsi les journalistes à sortir de leur rédaction et à faire œuvre de pédagogie sur les coulisses de la fabrication d'une information dûment vérifiée. Comme le dirait Dominique Wolton, la démarche ambitionne finalement de réduire la « a-communication » entre les journalistes et les citoyens.

## Conclusion

A ce point de l'exposé, on le voit, le journalisme professionnel – sans être l'antidote suffisant contre les *fake news* – dispose néanmoins de leviers et d'outils pour tenter de contenir la vague, pour peu que ses acteurs – les journalistes et leurs rédactions – s'acculturent plus fortement aux usages et aux codes des écosystèmes numériques. Comme le souligne Dominique Wolton, « à eux seuls, les journalistes ne peuvent pas résoudre l'incommunication du monde, mais ils peuvent réduire un peu les incompréhensions » (*Hermès*, sept. 2023, p. 202).

Pour autant, il ne faut pas trop attendre de ce genre de réponse au défi posé par la désinformation. En effet, comme le dit Arnaud Mercier, cette dernière est avant tout un « grave symptôme de délitement politique ». En cela, le désordre au sein du système informationnel est plus le révélateur d'un dysfonctionnement politique grave qu'il n'est l'une des causes de celui-ci. Ce que révèle en fait la mutation contemporaine du paysage informationnel, c'est plutôt l'épaisseur de la crise de confiance qui ronge, de longue date, certaines couches du corps social. Comme le ferait un miroir grossissant, cette mutation rend visibles les effets des désaffiliations qui affectent les individus et les transforment peu à peu, comme le dit Matthieu Chaigne, en « individus-poussière ». Une telle parcellisation du social, qui va bien au-delà de l'« archipellisation » observée par Jérôme Fourquet, produit tout à la fois une explosion du sentiment de solitude, une perte de confiance en soi et en autrui et, chez certains, une forte acrimonie – voire un rejet – à l'endroit d'un supposé « système » responsable de tous ces maux. Des pans entiers de la société entrent alors dans un processus de quasi-sécession<sup>8</sup>. Dès lors, comme le montrent bien Sylvain Delouée et Sébastien Dieguez à propos des individus complotistes, la désinformation n'est pas le produit de l'ignorance ou de la crédulité ; les informations auxquelles les complotistes adhèrent sont attrayantes précisément parce qu'elles sont fausses, c'est-à-dire rejetées et stigmatisées par les autorités et les « sachants ». En cela, la désinformation relève plus de la contestation politique du « système » que d'un simple bogue informationnel.

Dans l'ouvrage collectif *Journalisme et « Post-vérité »* (CNRS éd., publié en septembre dernier), c'est ce que nous avons souligné, ma collègue Stéphanie Lukasik et moi-même, à propos du « cas Raoult » au moment de la pandémie de Covid-19. A l'automne 2020 – période que nous avons surtout étudiée – la communication du Professeur Raoult et de son équipe catalyse, sur les RSN, de véritables « cascades informationnelles » alimentées par une foule d'usagers-récepteurs de l'information délivrée, cascades qui souvent sortent du cadre de la controverse médicale et qui donnent de l'écho à des thèses complotistes symptomatiques de cette contestation du « système ».

---

<sup>8</sup> Dans son édition de 2017, le Rapport *European Survey Values* révèle qu'en France la proportion de citoyens dits « défiants absolus » est de 45 % (contre 10 % en Norvège).

J'évoquais précédemment l'EMI. Le cas d'un pays comme la Finlande permet de bien de mettre au jour ce qui se joue ici. La Finlande se caractérise aujourd'hui par deux éléments-clés : un investissement dans l'éducation aux médias ancien et puissant ; un degré très élevé de confiance des citoyens envers les institutions en général, et les médias professionnels en particulier. Dans le cas finlandais, on dit opportunément que ces deux variables – développement de l'éducation aux médias et confiance sociale – sont corrélées. Mais corrélation ne vaut pas causalité. Est-ce l'éducation aux médias qui « produit » la confiance sociale ? *A contrario*, n'est-ce pas plutôt cette confiance qui booste l'éducation aux médias ? Autre possibilité à envisager sérieusement : et si ces deux variables corrélées étaient elles-mêmes « causées » par une commune variable-tierce ? Et si oui, laquelle ? Avançons ici une hypothèse congruente avec l'état de la société finlandaise : cette variable « causale » principale serait le degré d'intégration des citoyens au pacte démocratique ou, de façon inversée, leur degré de désaffiliation sociale et culturelle. Vue sous cet angle, la question de la lutte contre la désinformation change radicalement de perspective. La bataille prend un tout autre ampleur ...

Je vous remercie de votre attention.