

FAKE NEWS, MEDIAS et DEMOCRATIE

Définition des FAKE NEWS : Ces “fausses nouvelles” correspondent principalement à des contenus éditoriaux qui imitent des articles journalistiques dans le but de tromper le lecteur

Remarque : le terme anglais de *fake* se distinguant de celui de *false* en ce qu’il introduit une dimension de contrefaçon .

Explications

Si l’internet permet d’accéder à une masse considérable d’informations, il est aussi devenu un canal de diffusion de *fake news*. En quoi ces **fausses nouvelles** diffèrent-elles des autres formes de désinformation qui se sont toujours propagées sur le web ? Pourquoi les internautes partagent-ils ces informations ? Comment lutter contre ce phénomène ?

La **désinformation sur internet** a pris une telle ampleur ces dernières années qu’elle est devenue un véritable problème de société. Les controverses récentes autour de la propagation des fake news – orientent-elles les votes lors des scrutins ? Faut-il légiférer en la matière ? – en sont un exemple éloquent. Ces “fausses nouvelles” ont en effet suscité craintes et indignations, au point d’être érigées en **véritables menaces pour le débat démocratique**.

Elles ont notamment été accusées d’avoir influencé les comportements des électeurs lors des référendums sur le Brexit au Royaume-Uni et sur l’indépendance de la Catalogne en Espagne, ainsi que d’avoir profité au candidat républicain lors de l’élection présidentielle américaine de 2016. Face à cette **menace d’un nouveau genre**, de nombreux pays, au rang desquels la France, légifèrent sur la question afin de réglementer plus fermement la circulation des informations sur les réseaux sociaux.

Que désigne-t-on exactement par le terme de *fake news* ? Ces “fausses nouvelles” correspondent principalement à des contenus éditoriaux qui imitent des articles journalistiques dans le but de tromper le lecteur – le terme anglais de *fake* se distinguant de celui de *false* en ce qu’il introduit une dimension de contrefaçon. Dans le débat médiatique, des contenus faux peuvent également circuler, sans être le fruit d’une manipulation – par exemple lorsqu’un journaliste fait une erreur ou relaie une déclaration trompeuse. S’il s’agit également d’un cas de désinformation, on évitera d’utiliser le terme de *fake news*, celle-ci impliquant une intention de nuire.

Cependant, les **contenus mensongers** qui visent à tromper les lecteurs ne sont pas nouveaux sur le web : les *hoax* (canulars) et autres **théories du complot** y circulent massivement depuis les débuts de l’internet grand public. Qu’y a-t-il de réellement nouveau derrière ce phénomène des *fake news* ? Les inquiétudes qu’elles suscitent sont-elles fondées ou faisons-nous face à une nouvelle “panique morale” ?

Dans cet article, nous allons nous intéresser aux **enjeux démocratiques de la propagation des fausses nouvelles**. Nous verrons que, si elles peuvent effectivement s’ériger en obstacle à la bonne tenue du débat public, les solutions pour les contrer ne vont pas sans écueils, et peuvent également présenter des **risques pour la liberté d’expression**.

1 – L’essor de *fake news* et ses spécificités

La manipulation à des fins politiques

Le phénomène que l’on désigne par le terme de fake news peut présenter trois caractéristiques qui le distinguent des précédentes formes de désinformation en ligne.

1.1 - La manipulation à des fins politiques

La première de ces caractéristiques réside dans l’usage très fréquent des *fake news* à des fins de **propagande politique**. Aux États-Unis comme en Europe, des individus ou des réseaux structurés, souvent situés à l’extrême droite du spectre politique, ont recours à la production de rumeurs pour disqualifier leurs adversaires politiques et sensibiliser les internautes à leurs thématiques de prédilection. Cette pratique semble avoir pris une ampleur sans précédent pendant les campagnes électorales américaine de 2016 et française de 2017 [Cf. plus loin « Indicateur »]

Précisons ici que si ces fausses informations sont produites à des fins de propagande, afin d'influencer le comportement des électeurs en période électorale, rien n'indique qu'elles aient eu un véritable impact sur l'opinion du public. Certaines études tendent plutôt à démontrer le contraire. Une enquête réalisée en 2014 aux États-Unis sur la publicité politique sur Facebook avait ainsi démontré que les électeurs qui y avaient été exposés ne retenaient pas davantage que les autres les noms des candidats, ni ne modifiaient leurs intentions de vote (Davis E. Brockman et Donald P. Green, "Do Online Advertisements Increase Political Candidates' Name Recognition or Favorability?", *Political Behavior*, vol. 36, n° 2, juin 2014). La plupart d'entre eux ne se souvenaient même pas d'avoir été exposés à une publicité politique.

De manière générale, les études sur la propagande électorale ont tendance à montrer que celle-ci a un effet limité, en touchant d'abord des électeurs politisés et convaincus, venant ainsi les conforter dans leurs opinions.

1.2 - L'industrialisation de la production

La deuxième caractéristique des **fake news** a trait à l'industrialisation de leur mode de production, qui s'appuie sur le **modèle économique des réseaux sociaux**. Dans certains cas, la diffusion à grande échelle de ces fausses nouvelles aura même pour unique but de générer des revenus publicitaires.

Une plateforme telle que Facebook, par exemple, tire l'essentiel de ses revenus (plus de 40 milliards de dollars en 2017) de la vente d'espaces publicitaires sur les fils d'actualités de ses usagers. Sa principale force sur le marché publicitaire en ligne est de proposer aux annonceurs de cibler un public en fonction de ses caractéristiques démographiques (âge, sexe ou lieu d'habitation par exemple), de ses préférences culturelles (goûts musicaux ou littéraires) ou de ses comportements d'achat, en fonction des données que la plateforme récupère sur les internautes.

Dans ce contexte, Facebook peut servir de courroie de transmission à des producteurs de fausses informations pour toucher un large public. En mettant en ligne des sites de fausses nouvelles sur lesquels ils hébergent de la publicité, puis en diffusant sur Facebook des liens vers les articles en question, ils vont parfois réussir à faire venir en masse des internautes sur leurs propres sites, et donc à générer des revenus publicitaires. Des journalistes du site *Buzzfeed* avaient ainsi rendu compte de la manière dont des adolescents, en Macédoine, avaient touché jusqu'à 5 000 dollars par mois en diffusant des fake news pro-Trump sur le Facebook américain lors de la campagne présidentielle américaine ("How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With Fake News", *Buzzfeed*, 4 novembre 2016).

Les **fake news** constituent ainsi des produits informationnels particulièrement compétitifs sur le marché de l'information que représentent aujourd'hui les réseaux sociaux. Parce qu'elles génèrent de l'engagement, c'est-à-dire qu'elles suscitent des clics, des partages et des commentaires, **elles contribuent à la croissance économique des plateformes**. C'est d'ailleurs pour cette raison que ces dernières ont été suspectées d'entretenir la propagation des fausses nouvelles. Que ces accusations soient fondées ou non, il apparaît assez clair que l'augmentation conséquente des fausses nouvelles en ligne est directement liée au modèle économique des plateformes de réseaux sociaux ainsi qu'aux algorithmes qui régissent les plateformes – dans la mesure où plus un contenu fait réagir les internautes, plus il remonte dans la hiérarchie des contenus.

1.2 - Un nouveau marché de l'information

Le troisième élément caractéristique du phénomène des fake news, qui est davantage un élément de contexte mais explique en grande partie les proportions qu'a prises la controverse autour de cette question, est le rôle joué par les réseaux sociaux sur le marché de l'information aujourd'hui.

Les plateformes comme Facebook et Twitter ont été créées pour permettre à leurs usagers d'interagir et de partager des contenus personnels. Mais au fur et à mesure que le nombre de ces usagers a grandi (Facebook compte aujourd'hui plus de deux milliards d'inscrits) et que ceux-ci ont utilisé ces réseaux pour partager des informations d'actualité, ces plateformes sont devenues des acteurs incontournables pour les médias en ligne, dans la mesure où elles leur fournissent une part importante de leur lectorat. Les réseaux sociaux jouent ainsi un rôle primordial dans les pratiques de consommation d'information, notamment pour les plus jeunes.

D'après le **Digital News Report 2017 du Reuters Institute**, qui étudie le marché de l'information en ligne dans 36 pays différents, **les réseaux sociaux sont devenus la principale source d'information des 18-24 ans**, tous pays

confondus. Cette évolution est importante dans la mesure où, sur ces plateformes, les fausses nouvelles deviennent des concurrentes directes des contenus produits par les médias traditionnels.

Si le phénomène que nous connaissons aujourd'hui présente des caractéristiques qui le différencient des rumeurs traditionnelles, le terme de **fake news** englobe des **pratiques pour le moins disparates**. Selon Claire Wardle, chercheuse à l'université américaine de Harvard et directrice d'un rapport remis au Conseil de l'Europe à l'été 2017, il est préférable de ne pas utiliser ce terme qui est inapproprié pour décrire le phénomène complexe de la **"pollution de l'information"** et ne couvre pas l'ensemble des désordres susceptibles de se produire dans le champ médiatique. Elle a donc recours à une autre notion, celle de **"trouble informationnel"**, à la fois plus précise et plus opérationnelle, le but étant de proposer des parades adaptées à chaque mode de désinformation (Claire Wardle et Hossein Derakhshan, *Information Disorder. Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*).

Le **trouble informationnel** se décline en trois pratiques distinctes :

- La première est celle de la **dis-information** ("désinformation"), lorsqu'un contenu faux est produit dans le but de tromper celle ou celui qui le consomme, en vue d'influencer son comportement.
- La seconde est celle de la **mis-information** ("mésinformation"), lorsqu'un contenu faux relève d'une erreur et n'a pas été produit dans le but de nuire.
- La **mal-information** ("information malveillante"), enfin, vise à manipuler une information vraie pour produire des sur-interprétations, souvent idéologiquement orientées, afin de servir par exemple des discours haineux. Derrière ces trois pratiques, on retrouve donc des intentions distinctes, qui nécessitent chacune des réponses différenciées.

2 – Pourquoi partager des **fake news** ?

Quelles que soient les raisons pour lesquelles ces fausses nouvelles sont produites, il n'en demeure pas moins que celles-ci parviennent à toucher en ligne un public conséquent. **Les enjeux démocratiques du phénomène des fake news sont ainsi moins liés à la thématique de leur production qu'à celle de leur réception** : pourquoi des internautes les partagent-ils en masse ? À cette question complexe la recherche en sciences sociales propose différentes pistes de réponse.

2.1 - Une défiance à l'égard des médias traditionnels

La première raison a trait à l'analyse du marché de l'information en ligne. Celui-ci favoriserait structurellement les **informations complotistes**, aux dépens des productions des médias traditionnels. Les adeptes des théories du complot s'engageraient dans une production intensive en ligne en vue de toucher un public auquel ils n'ont pas accès dans d'autres espaces médiatiques. Or l'énorme masse d'informations générée par la diffusion de contenus sur internet favoriserait par ailleurs des biais cognitifs chez les internautes, les maintenant dans une forme de "crédulité collective" en renforçant leurs doutes et opinions préalables (Gérald Bronner, *La Démocratie des crédules*, PUF, 2013). Ainsi, le **"biais de confirmation"**, qui découle d'une tendance chez les personnes à privilégier les expériences corroborant leurs croyances plutôt que celles les infirmant, pourrait conduire les récepteurs à **relayer une information compatible avec leurs préjugés**.

À un **niveau plus microsociologique**, une étude récente a interrogé des internautes qui partagent des fausses informations afin de comprendre leurs motivations (Coralie Le Caroff et Mathieu Foulot, "Les théories du complot et leurs adhérents : approcher les usages en ligne des arguments conspirationnistes", étude présentée lors du congrès 2017 de l'Association française de science politique). Si ceux-ci incarnent des profils socio-démographiques divers et expriment des orientations idéologiques variées, tous partagent cependant un point commun : une extrême défiance face aux médias traditionnels.

Le désamour à l'égard des médias en démocratie n'est pas nouveau, même s'il semble avoir atteint un niveau inédit. Selon le **baromètre de la confiance politique publié chaque année par le Centre de recherches politiques de Sciences Po (CEVIPOF)**, les médias sont, après les partis politiques, l'institution sociale envers laquelle s'exprime la défiance la plus forte (suivant les années, le taux de confiance exprimé oscille entre 23 et 30%). Un élément important qui explique le succès actuel des **fake news** est donc un rejet des médias traditionnels qui semble pousser certains internautes à privilégier des sources d'information alternatives.

2.2 - Une activité sociale et une prise de parole politique

Un second élément important est que les échanges sur les rumeurs sont aussi une activité sociale à part entière. Elles peuvent être perçues comme des **ressources permettant d'alimenter les conversations informelles du quotidien, d'entretenir le lien en faisant parler**, que ce soit en ligne ou à la machine à café. Les partager sur les réseaux sociaux ne signifie donc pas forcément y croire dur comme fer, mais davantage exprimer un attrait pour une thématique ou affirmer une certaine vision des problèmes de société.

Elles constituent également un **marqueur identitaire fort**, surtout dans un contexte où elles sont principalement produites par des réseaux d'extrême droite à des fins de propagande politique. Partager des fausses informations sur certaines personnalités, sur le mauvais fonctionnement des institutions ou sur l'accueil des réfugiés revient alors à exprimer une défiance anti-système et **indiquer son appartenance à une communauté idéologique**.

Les **fake news** peuvent également être interprétées comme des **prises de parole publiques**, qui contiennent un discours politique et s'inscrivent dans des dynamiques de politisation. Dans le cas des théories du complot, qui diffèrent des fausses nouvelles à proprement parler tout en ayant en commun un certain nombre de caractéristiques, la production d'informations alternatives est un coup médiatique pour des "entrepreneurs de cause" (acteurs qui tentent de problématiser et placer une thématique politique ou sociale sur la scène publique), leur permettant de "requalifier publiquement des informations factuelles relatives à des événements donnés, pour en faire des enjeux à la signification discutée et interpellier la population et les acteurs politiques à leur sujet" (Emmanuel Taïeb, "Logiques politiques du conspirationnisme", *Sociologie et sociétés*, vol. 42, n° 2, 2010). Ce type d'intervention serait particulièrement prisé des catégories de population qui se sentent exclues de l'espace médiatique, dans la mesure où cela leur permet d'intervenir dans le débat public. Selon le politiste Emmanuel Taïeb, "les théories du complot sont donc moins les marques d'une crise de la rationalité de l'espace public démocratique, que son utilisation sous une forme narrative particulière par des acteurs politiques qui s'en jugent les nouveaux parias" (article cité).

2.3 - Un nouvel indicateur d'une crise démocratique

Ainsi, le phénomène des fausses informations constitue également un nouvel indicateur d'un phénomène plus ancien, celui de la crise de confiance politique qui alimente un déficit démocratique profond dans bon nombre de pays occidentaux, et qui s'exprime notamment par un rejet des élites politiques, intellectuelles et médiatiques par une partie toujours plus importante de la population.

Lutter efficacement contre les **fake news** est donc un travail à long terme, qui articule à la fois une action ambitieuse en termes d'éducation aux médias et une tentative de reconquête de la confiance politique. Mais face aux problèmes que pose cette désinformation massive sur les réseaux sociaux, des solutions à court et moyen termes sont également envisagées pour tenter d'enrayer un phénomène que bon nombre d'observateurs jugent inquiétant. Cependant, les réponses apportées à ces problèmes présentent également un certain nombre de risques pour le débat démocratique.

Indicateur

Une **analyse quantitative**, réalisée par la société Bakamo et portant sur huit millions de liens partagés sur Twitter et Facebook pendant la présidentielle française, était par exemple parvenue à la conclusion qu'un quart de ces liens correspondaient à des tentatives de désinformation (The Role and Impact of Non-Traditional Publishers in the 2017 French Presidential Election, www.bakamosocial.com).

Enjeux

Comment lutter contre les fake news ?

Les premiers à agir sur le terrain de la désinformation sont les **journalistes** eux-mêmes, à travers la pratique du fact checking. Comme son nom l'indique, celle-ci vise à vérifier les faits, ce qui revient principalement à évaluer la véracité des propos chiffrés (statistiques, données, etc.) tenus par des personnalités publiques lors de débats ou d'interviews.

- **La piste du fact checking**

Pour contrer la propagation des rumeurs et des théories du complot en ligne, des journalistes ont entrepris de vérifier les informations en circulation sur les réseaux sociaux et d'évaluer les différentes

sources en présence sur le web. Un grand nombre de rédactions françaises s'est doté de rubriques et de dispositifs de fact checking ces dernières années, comme *Le Monde* avec son outil de vérification de l'information **Décodex** ou *Libération* avec **CheckNews**. Ces journalistes partent du postulat que la qualité de l'information peut être évaluée à l'aune de la méthode qui a été suivie pour la produire. Le respect ou les manquements à la déontologie en vigueur dans la profession journalistique (croiser ses sources ou bâtir une démonstration sur des preuves par exemple) peuvent constituer, selon eux, des critères pertinents pour évaluer la qualité des informations en circulation.

Tout l'enjeu est de **déterminer la capacité de ces journalistes à convaincre un public exprimant à travers le partage des fake news une défiance à leur égard**. Si certaines conditions peuvent être réunies pour optimiser l'impact du fact checking (réagir vite, sourcer sa réponse, obtenir un soutien de la part de la communauté des internautes), celui-ci reste principalement efficace lorsqu'il concerne des sujets relativement nouveaux dans le débat public, à propos desquels le public ne dispose pas d'un cadrage interprétatif bien établi. Plus les **fake news** concernent des sujets à propos desquels les internautes expriment des positions fortes, et moins le démenti est efficace. Or, comme nous l'avons vu, les fausses informations concernent aujourd'hui essentiellement des thèmes politiques qui reflètent des convictions idéologiques profondes. La réelle portée du **fact checking** revient alors non pas à influencer ceux qui partagent les fausses informations, mais le public passif qui ne fait que consulter les échanges, et qui est majoritaire sur les plateformes de réseaux sociaux.

- **Pouvoirs publics et géants du web**

Dans un certain nombre de pays, les pouvoirs publics ont entrepris de **légiférer afin de limiter la circulation des fausses informations sur les réseaux sociaux**, notamment en période de campagne électorale. C'est le cas de la France.

La **proposition de loi relative à la lutte contre les fausses informations**, en cours de préparation au moment où cet article est écrit, comprend deux volets principaux. Le premier consiste à imposer aux plateformes de réseau social des obligations de transparence concernant leur processus d'allocation d'espaces publicitaires : concrètement, il s'agirait pour les internautes de pouvoir prendre connaissance de l'identité des organisations ou des individus qui ont payé pour sponsoriser des contenus qu'ils consultent sur Facebook ou Twitter.

Le second volet, plus polémique, repose sur la création d'une **procédure judiciaire en référé** qui permettrait de faire supprimer un contenu, de déréférencer un site ou de fermer un compte en l'espace de 48 heures. Cette mesure suscite des inquiétudes quant à une certaine forme de censure qu'elle pourrait faire peser sur la liberté d'expression en période électorale, en bloquant potentiellement la parution de révélations par des journalistes ou en limitant les possibilités d'expression politique des citoyens et de la société civile.

Par ailleurs, une autre conséquence de cette mesure serait d'accroître la pression sur les plateformes afin de les pousser à réguler davantage les informations sur leurs réseaux. Historiquement, les géants de la Silicon Valley ont toujours été réticents à filtrer et supprimer des contenus qu'ils hébergeaient, même si leur posture a beaucoup évolué sur le sujet ces dernières années (voir Romain Badouard, *Le Désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur, propagande*, FYP Éditions, 2017). La mise en place d'une procédure judiciaire en référé pour lutter contre les fausses nouvelles ne fera que les conforter dans l'idée de censurer davantage les propos qui s'expriment sur leurs plateformes, et ceci en toute opacité.

- **La mobilisation de la société civile**

Il est enfin un acteur qui est souvent oublié dans ces débats sur la lutte contre les fausses informations : les internautes eux-mêmes, qui produisent et partagent les contenus sur les réseaux sociaux. Des associations ont ainsi appelé à la mobilisation des formes d'intelligence collective propres au web contributif pour recenser les sources d'information en ligne. Dans ce qui pourrait s'apparenter à un "Wikipédia des sites d'information", la fiabilité des contenus serait évaluée collectivement et de manière transparente (Louise Merzeau, "Les fake news, miroir grossissant des luttes d'influence", INA Global, mai 2017). Ce type d'initiative a le mérite de souligner qu'une lutte efficace contre la désinformation devra

également s'appuyer sur les formes de coordination et d'expertise profanes propres au web, afin de produire de la confiance entre les instances régulatrices et les communautés d'internautes.

Si les **fake news** peuvent être un obstacle à la bonne tenue du débat public, une régulation trop stricte de la circulation des informations sur les réseaux sociaux fait également peser des menaces sur l'exercice de la liberté d'expression. Dans un contexte de défiance généralisée, il paraît important de placer au cœur des mesures contre la désinformation les **principes de transparence et d'accountability** (pratique consistant à rendre des comptes), en communiquant sur les critères à partir desquels les informations peuvent être filtrées ou bloquées en ligne, et en proposant des recours aux internautes victimes de censure. Ces principes apparaissent aujourd'hui comme des nécessités afin de garantir que les réseaux sociaux demeurent des infrastructures au service de l'expression citoyenne.

Sources : <https://www.vie-publique.fr/parole-dexpert/268468-les-fake-news-menacent-elles-le-debat-public>

Par Romain Badouard - maître de conférences à l'université de Cergy-Pontoise et chercheur au sein du laboratoire AGORA
(+ mise à jour et modifications personnelles)

Pour approfondir :

[Fausses nouvelles, manipulation de l'information : comment lutter contre les "fake news" ?](#)

Des campagnes de diffusion de fausses informations visant à influencer les électeurs ont été dénoncées lors de récentes élections aux États-Unis ou au Royaume-Uni. Ces infox ou "fake news" circulent très facilement grâce aux réseaux sociaux. En France, une loi "anti-fake news" a été adoptée.

Source : Vie publique.fr. Dernière modification : 4 juin 2019