

Université Paris II - Panthéon-Assas

École doctorale d'économie, gestion,
information et communication (ED455)

Thèse de doctorat
en Sciences de l'information et de la communication,
soutenue le 7 décembre 2017.

L'essor du fact-checking : de l'émergence d'un genre journalistique au questionnement sur les pratiques professionnelles

Laurent BIGOT

Sous la direction de M. le Professeur Rémy RIEFFEL



UNIVERSITÉ PARIS II
PANTHÉON - ASSAS

Thèse de Doctorat / Décembre 2017

Membres du jury :

- M. François DEMERS**, professeur titulaire, Université Laval de Québec
- M. Benoît GREVISSE**, professeur ordinaire, Université catholique de Louvain
- M. Arnaud MERCIER**, professeur des universités, Paris 2 - Panthéon-Assas
- M. Franck REBILLARD**, professeur des universités, Paris 3 - Sorbonne Nouvelle
- M. Rémy RIEFFEL**, professeur des universités, Paris 2 - Panthéon-Assas (dir.)
- Mme Roselyne RINGOOT**, professeure des universités, Grenoble-Alpes

Avertissement

La Faculté n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans cette thèse ; ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

À mes parents.
À mon fils, Pierre-Louis.

« En une seule chose ne céderai-je à personne, en la recherche de la vérité, de laquelle néanmoins je ne me fais pas garant. Étant malaisé qu'entre cinq cents nouvelles écrites à la hâte d'un climat à l'autre, il n'en échappe quelque'une à nos correspondants qui mérite d'être corrigée par son père le temps. Mais encore se trouvera[-t]-il peut-être des personnes curieuses de savoir qu'en ce temps-là tel bruit était tenu pour véritable.

Théophraste Renaudot, *La Gazette*, préface, 1631.

Remerciements

Les pages qui suivent ont été écrites au cours des trois dernières années. De la même manière qu'elles sont le reflet de connaissances et d'expériences issues d'une bien plus longue période, elles ne sont pas seulement le fruit d'un travail personnel, mais de nombreuses et fructueuses rencontres, d'échanges enrichissants, d'amitiés précieuses, d'innombrables inspirations...

Aussi dois-je d'abord remercier chaleureusement mon directeur de thèse, le professeur Rémy Rieffel, pour sa confiance, ses conseils et ses encouragements d'emblée, puis tout au long de ce parcours de recherche. Après avoir eu la chance de le côtoyer lors d'une année de formation à l'Institut français de presse, en 1997, j'ai infiniment apprécié qu'il accepte d'accompagner de sa compétence et de sa bienveillance cette nouvelle étape de mon parcours universitaire et professionnel. J'ai aujourd'hui le sentiment de lui devoir beaucoup.

Je remercie également chacun des membres du jury, dont les travaux ont été précieux pour éclairer mes réflexions et mener à bien mes recherches. Je suis particulièrement honoré que les professeurs François Demers, Benoît Grevisse, Arnaud Mercier, Franck Rebillard et Roselyne Ringoot aient accepté de s'intéresser à mon propre travail et de me faire bénéficier de leurs considérations sur ce sujet qui continue de tant m'apporter.

Ma reconnaissance va également à mes collègues de l'École publique de journalisme de Tours et de l'équipe de recherche sur les Pratiques et ressources de l'Information et des Médiations (Prim). Ceux qui m'ont ouvert les portes de l'enseignement du journalisme, comme Claudine Ducol et Nicolas Sourisce, comme ceux qui ont guidé mes premiers pas de chercheur et l'écriture de quelques articles scientifiques, comme David Douyère, Gustavo Gomez-Mejia et Jérémie Nicey. À leur contact, j'ai pu profiter d'importants conseils.

Il me faut aussi, bien évidemment, faire part de ma gratitude aux journalistes qui ont accepté de répondre aux nombreuses questions que j'ai dû leur poser pour mener à bien ce travail inédit en France à propos du fact-checking. Ils m'ont accordé du temps et m'ont parfois donné aussi de bonnes indications pour rester en prise avec les réalités de leur quotidien professionnel. Je remercie par ailleurs les chercheurs rencontrés ou simplement lus ou entendus à l'occasion de colloques, de séminaires, de publications... et qui eux aussi ont enrichi mon parcours jusqu'à ce jour.

Et il y a ceux, nombreux, qui ne se retrouvent peut-être pas de manière aussi évidente dans ce texte, mais qui n'ont cessé de témoigner de l'intérêt pour ma démarche. Toujours curieux, parfois très spontanément enthousiastes, ou alors plus sceptiques, ils ont pu s'interroger sur cette drôle d'idée de mettre entre parenthèse la pratique quotidienne du journalisme qui m'a passionné depuis mes débuts professionnels. C'est aussi grâce à leurs propres interrogations que j'ai pu progresser dans ma démarche, jusqu'à parvenir à proposer, aujourd'hui, un authentique travail de recherche.

Au détour d'une simple discussion, de la lecture de mes premiers écrits, de quelques mots d'encouragements, ils ont pu m'inspirer parfois et m'ont apporté souvent un précieux soutien amical et intellectuel. Ils ne peuvent tous être cités ici, mais Asma, Céline, David, Delphine, Donald, Élodie, Hélène, Hugues, Jean, Jean-Sébastien, Julia, Lucie, Marc, Maria, Mariana, Sarah, Shabnam, Stéphane, Xavier se reconnaîtront, parmi d'autres. Et j'accorde un remerciement tout particulier à Christèle Bourdeau, qui, en amie, a accepté en prime la lourde tâche de relire et de m'aider à améliorer mes écrits.

Enfin, au moment de terminer ce travail, j'ai une pensée toute particulière pour ma famille. Je remercie mon épouse Céline, qui a su prendre soin de notre fils alors que j'étais moins présent, et, surtout, mes parents, qui m'ont toujours témoigné leur soutien et leur affection, tout au long de mon parcours, quelles que soient mes intentions : ma mère, souvent encourageante malgré ses inquiétudes, et mon père, qui m'a transmis sa curiosité, sa persévérance, son goût du travail et de l'effort, son enthousiasme pour les nouveaux projets. Un grand merci à eux deux.

L'essor du fact-checking : de l'émergence d'un genre journalistique au questionnement sur les pratiques professionnelles

De plus en plus de médias dans le monde disposent de rubriques ou chroniques dédiées au fact-checking. Elles visent notamment à vérifier la véracité de propos tenus par des responsables politiques. Cette pratique revisite celle née aux États-Unis dans les années 1920, qui consistait à vérifier de manière exhaustive et systématique les contenus *avant* parution. Ce fact-checking « moderne » incarne une stratégie des rédactions web – en dépit des crises structurelles et conjoncturelles – pour renouer avec la diffusion de contenus mieux vérifiés, ainsi que leur capacité à mettre à profit les outils numériques qui facilitent l'accès à l'information. À travers une trentaine d'entretiens semi-directifs avec des fact-checkeurs français et l'étude de 300 articles et chroniques issus de sept médias différents, ce travail de recherche analyse dans quelle mesure le fact-checking, en tant que genre journalistique, valorise une démarche crédible, mais révèle aussi, en creux, des manquements dans les pratiques professionnelles. Il examine, enfin, comment la promotion de contenus plus qualitatifs et l'éducation aux médias sont de nature à placer le fact-checking au cœur des stratégies éditoriales, destinées à regagner la confiance des publics.

Descripteurs : journalisme, fact-checking, vérification, politique, fausses informations, fake news, rumeurs, Désintox Libération, Les Décodeurs Le Monde, CrossCheck, First Draft News, Facebook, International Fact-Checking Network (IFCN)

The rise of fact-checking: from the emergence of a journalistic genre to questioning professional practices

A growing number of newsrooms around the world have established fact-checking headings or rubrics. They are dedicated to assess the veracity of claims, especially by politicians. This practice revisits an older fact-checking practice, born in the United States in the 1920's and based on an exhaustive and systematic checking of magazines' contents before publishing. The 'modern' version of fact-checking embodies both the willingness of online newsrooms to restore verified contents—despite the structural and economic crisis of the press—and their ability to capitalize on digital tools which enhance access to information. Through some thirty semi-structured interviews with French fact-checkers and the study of a sample of 300 articles and chronicles from seven media, this PhD thesis examines the extent to which fact-checking, as a journalistic genre, certainly valorizes a credible method, but also—and indirectly—reveals shortcomings in professional practices. Finally, it discusses how the promotion of more qualitative content, as well as media literacy, could place fact-checking at the heart of editorial strategies—the latter aiming at retrieving trust from the audience.

Keywords: journalism, fact-checking, verification, politics, fake news, rumors, debunking, French journalism, Désintox Libération, Les Décodeurs Le Monde, CrossCheck, First Draft News, Facebook, International Fact Checking Network (IFCN).

Sommaire

Introduction 15

Partie 1 - De la vérification des faits à l'émergence du fact-checking 31

Chapitre 1. Vérifier, un « commandement » du journalisme 35

1.1. Une règle intangible 35
1.1.1. Incontournable dans les codes de déontologie 35
1.1.2. Sans vérification, un média n'est pas un média 38
1.2. Un principe non garanti 42
1.2.1. Sa mise en œuvre n'est pas contrôlée 42
1.2.2. Une quête de vérité remise en cause 47

Chapitre 2. Un environnement plus ou moins propice à la vérification 53

2.1. L'accélération du rythme médiatique 53
2.1.1. Tout, tout de suite et pour tous les médias 53
2.1.2. De la difficulté de faire vite et bien 57
2.2. La triple crise de la presse 64
2.2.1. Une crise structurelle : informer sans modèle économique viable 64
2.2.2. Une crise conjoncturelle : du gratuit au payant 68
2.2.3. Une crise finalement éditoriale 72
2.3. L'accès à des outils innovants 78
2.3.1. Le web et l'accès facilité à l'information 78
2.3.2. La possibilité de faire intervenir les citoyens 82
2.3.3. Vers un journalisme enrichi / « augmenté » 86

Chapitre 3. Le fact-checking tel qu'il apparaît aux États-Unis 93

3.1. Les premiers fact-checkeurs dans les années 1920 93
3.1.1. Le rapport du journalisme américain aux faits 93
3.1.2. La multiplication des journalistes-vérificateurs dans les rédactions 97
3.2. La déclinaison politique d'une « tradition » journalistique 102
3.2.1. Les premiers sites web dédiés au fact-checking politique 102
3.2.2. De nombreuses initiatives et innovations à venir 117

Chapitre 4. Le fact-checking tel qu'il apparaît en France	125
4.1. Un journalisme historiquement moins factuel	125
4.1.1. Le rapport du journalisme français aux faits	125
4.1.2. Des rédactions néanmoins organisées pour vérifier	131
4.2. L'apparition récente du fact-checking	134
4.2.1. La déclinaison du modèle américain	134
4.2.2. Panorama des initiatives en France	139
4.2.3. Des équipes de jeunes journalistes web	165

Partie 2 - Le fact-checking, entre genre journalistique et vérification ostentatoire

179

Chapitre 5. Une opportunité pour regagner la confiance du public	183
5.1. Les médias suscitent la défiance	183
5.1.1. Les chiffres peu reluisants des sondages Kantar Sofres / La Croix	183
5.1.2. Les chiffres peu enviables des audiences et recettes des entreprises de presse	191
5.2. La non-vérification et la connivence en cause	196
5.2.1. Des exemples de ratages journalistiques trop nombreux	196
5.2.2. Connivence et proximité rejetées par les fact-checkeurs	207
5.2.3. Le fact-checking, un label pour redorer le blason des médias ?	217
Chapitre 6. Un genre journalistique contestable et contesté	231
6.1. Le fact-checking peut-il être un genre journalistique ?	231
6.1.1. Les médias le pratiquent et l'affichent comme tel	231
6.1.2. La décrédibilisation latente du reste des contenus	241
6.2. Des questions de positionnement, de timing et d'objectivité	250
6.2.1. Des journalistes entre neutralité et engagement	250
6.2.2. Une vérification à contretemps, sous contraintes et liée à l'agenda politique	268
6.2.3. Une oscillation permanente entre objectivité et subjectivité	275

Chapitre 7. Sur le fond, des faits mais aussi des choix	283
7.1. Les méthodes de travail des fact-checkeurs	283
7.1.1. Un fonctionnement à part dans les organisations	283
7.1.2. Une gestion du temps déterminante	288
7.1.3. Un rapport particulier aux sources	296
7.2. Le contenu des rubriques consacrées au fact-checking	307
7.2.1. Des choix citationnels qui ne doivent pas tout au hasard	307
7.2.2. Une construction et une écriture qui se veulent convaincantes	324
7.2.3. Cas particuliers, familles et sous-familles de fact-checking	348
Chapitre 8. De la stratégie opportuniste au retour d'un "véritable" fact-checking	357
8.1. Rendre le fact-checking « moderne » plus performant	357
8.1.1. La nécessaire, mais difficile, évaluation des effets du fact-checking politique	357
8.1.2. Compiler des données, automatiser des procédés : anticiper pour mieux vérifier	365
8.1.3. Des expériences participatives et collaboratives parfois prometteuses	373
8.2. La plus-value concurrentielle de l'information vérifiée	384
8.2.1. Les essais concluants de quelques stratégies plus qualitatives	384
8.2.2. De l'utilité de renouer avec le fact-checking des origines	390
8.2.3. Du savoir-faire au faire-savoir : éduquer à l'information vérifiée	398
Conclusion	409
Bibliographie	427
Sources	469
Tables des illustrations et des tableaux	473
Annexes	477
Index	525

Introduction

Depuis fin 2008, les médias français comptent toujours plus de rubriques consacrées à ce que l'on appelle fact-checking¹. Littéralement : la vérification des faits, voire la vérification de l'information par les faits. Qu'elles se nomment « Les Décodeurs » dans *Le Monde*, « Désintox », dans *Libération* ou sur *Arte*, « Vrai-Faux de l'info » sur *Europe 1* ou encore « Le Vrai du Faux » sur *France Info*, ces rubriques, qui semblent renouer avec une règle de base des pratiques journalistiques – vérifier l'information – suscitent toutefois des réactions contrastées de la part des professionnels eux-mêmes. Pour trois raisons.

Tout d'abord, il va de soi, pour beaucoup de journalistes professionnels, que, comme le dit Laurent Mauduit, journaliste co-fondateur du site d'information *pure-player Médiapart*, « *la vérification est un principe essentiel de la transmission journalistique de l'information* » et que, partant, « *le fact-checking réinvente le fil à couper le beurre du journalisme* ». Il est d'ailleurs assez difficile de trouver des témoignages de professionnels qui ne font pas de la vérification systématique de l'information l'un des principes constitutifs de leur métier, ainsi qu'une règle déontologique, voire un principe éthique, qu'ils associent le plus souvent à la nécessité de « croiser les sources » de leurs informations.

Ensuite, la promotion récente du fact-checking comme genre journalistique à part entière (et non plus comme méthode de travail des journalistes) reposerait sur un malentendu. Ceux qui en font la promotion en vantant ses vertus d'objectivité et de plus grande proximité avec les faits – et uniquement les faits – en oublieraient un peu vite qu'il y a nécessairement, dans toute construction journalistique et dans tout choix de son auteur, une part d'éditorialisation, une action de reconstruction de l'actualité

¹ Nous tenons ici à indiquer que le terme anglo-saxon fact-checking sera utilisé sans italique, dans l'ensemble de ce travail, à la fois pour simplifier la lecture et pour acter le fait qu'il est ainsi repris et utilisé par l'ensemble de la communauté journalistique et de recherche en France. Par ailleurs, nous avons opté pour une francisation du nom « fact-checkeur » et du verbe « fact-checker ». Nous n'en avons pas moins essayé d'utiliser, le plus possible les termes « vérification » et « vérifier ». Nous tenons toutefois à présenter nos excuses, sur ce point, aux francophones auxquels ce choix pourrait sembler inapproprié.

et donc une interprétation. Si bien qu'en voulant s'en tenir aux faits, on prendrait le risque de s'en éloigner chaque fois que, par exemple, pour réaliser du fact-checking, on choisirait un sujet à traiter plutôt qu'un autre, une citation à vérifier prononcée par tel homme politique plutôt que par tel autre, etc. À l'évidence, il n'est pas forcément possible de se rapprocher ainsi davantage de l'objectivité et *a fortiori* de la vérité².

Enfin, justement, les rubriques que les médias ont baptisées « fact-checking » ne regroupent, la plupart du temps, qu'un travail de vérification de la parole publique, essentiellement politique, sur le mode : « *Tel responsable politique a dit ceci dans tel média ; voyons s'il a dit vrai ou faux, s'il a menti par omission ou s'il a quelque peu aménagé la réalité pour qu'elle soit plus en phase avec son discours...* » Dans ce cas, pas vraiment de vérification des faits, donc. Plutôt un retour, une sorte de contrôle *a posteriori*, sur une déclaration initialement publiée ou diffusée telle quelle dans les médias. Qu'elle soit vraie... ou au contraire totalement fausse.

Le reproche qui peut alors être fait à ces rubriques de fact-checking dans les principaux médias français, c'est ainsi d'afficher, de mettre en avant, une pratique professionnelle de nature à crédibiliser l'ensemble de leurs contenus, alors que, dans le même temps, ces médias se révèlent souvent de moins en moins à même de livrer à leurs lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et internautes une information fiable dans la plupart des autres rubriques. Cela, principalement pour des raisons économiques liées à l'incessante crise structurelle de la presse et à la délicate période de recomposition des modèles économiques médiatiques à laquelle conduit l'essor des productions et des consommations en ligne. Par manque d'effectifs essentiellement. Nous rejoignons ici le constat du « *grand malentendu* » développé par le sociologue des médias Jean-Marie Charon, qui distingue d'une part une demande du grand public tournée vers « *l'objectif zéro défaut* » et une réponse médiatique qui prône, elle, « *la meilleure information possible avec les moyens dont (les médias) disposent* »³.

Toutefois, avant d'aller plus avant dans l'analyse des critiques adressées aux journalistes en général et aux professionnels en charge des productions de fact-checking en particulier, il nous faut questionner les origines de cette pratique. Car le

² CORNU Daniel, *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*, Genève, Labor et Fides, 1994, p.373

³ CHARON Jean-Marie, *Les journalistes et leur public: le grand malentendu*, Paris, Vuibert, 2007, p.103

fact-checking prend sa source dans une véritable tradition de vérification de l'information, en particulier aux États-Unis. C'est en effet généralement aux années 1920 que l'on fait remonter l'histoire du fact-checking moderne, lorsque le magazine *Time* recrutait, à ses débuts, les premiers fact-checkeurs de la presse magazine américaine, bientôt suivi par *The New Yorker*, puis par l'ensemble des autres titres.⁴ Leur mission : vérifier noms, dates, chiffres et faits dans l'ensemble des articles, avant publication. Un travail de petites mains, qui s'apparente à la tâche généralement confiée, en France, aux secrétaires de rédaction (avec des disparités dans la mise en œuvre de cette mission selon les médias). Un travail qui semble être aujourd'hui effectué dans les rédactions avec une fréquence inversement proportionnelle à la mise en avant du fact-checking, tant les effectifs ont globalement diminué, alors que les canaux de diffusion des informations se sont multipliés, tandis que les flux, grâce aux technologies numériques notamment, se sont accélérés.

Cette mise en avant du fact-checking – essentiellement depuis 2008 en France, avec la création d'une rubrique dédiée (« Désintox ») dans le quotidien *Libération* – et, plus encore, sa construction en tant que véritable genre journalistique a donc de quoi inquiéter autant que rassurer. Certes, on ne peut reprocher aux médias français de vouloir mettre en avant l'énergie et/ou les moyens qu'ils consacrent à la vérification de la parole politique. Leur délicate situation économique (globalement), ainsi que l'apparition d'un univers hyperconcurrentiel marqué par l'infobésité et la multiplication des producteurs d'information⁵ leur enjoignent de se différencier afin de valoriser (jusque sur le plan pécuniaire) l'information qu'ils livrent.

Mais – c'est là que se fait jour l'inquiétude – tout cela intervient alors que les médias connaissent, outre les aléas de leur crise économique aux motifs plus structurels que conjoncturels, une période de mutation majeure liés à la nécessité de renforcer leur présence sur le web. Une période durant laquelle ils sont particulièrement fragilisés et régulièrement conduits à réduire leurs budgets de fonctionnement et, incidemment leurs effectifs : avec moins de journalistes et moins de spécialistes et rubricards d'un côté et davantage de canaux de diffusion à alimenter d'un autre côté, ils ne peuvent

⁴ HARRISON SMITH Sarah, *The Fact Checkers Bible, A Guide to Getting It Right*, New York, Anchor Books, 2004, p. 9 et CORNU Daniel, *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*, op. cit., p. 371

⁵ ANTHEAUME Alice, *Le journalisme numérique*, Paris, Les Presses Sciences Po., 2013, p. 40

donc garantir, au final, des contenus mieux vérifiés et plus fiables qu'ils ne le faisaient jusqu'à présent, bien au contraire. C'est pourquoi il s'avère essentiel de questionner, tout au long de ce travail de recherche, les raisons qui ont pu conduire à faire émerger cette pratique dans les rédactions.

À commencer peut-être par des aspects marketing. Autrement dit : pour des raisons d'affichage d'un mode de délivrance d'une information sérieuse, car vérifiée, et mise à l'épreuve des faits et, de plus, susceptible de contredire la parole de responsables politiques jusqu'au plus haut niveau. Là, à la croisée du rôle – discuté – de « quatrième pouvoir » et des fondements journalistiques de la vérification de l'information, les médias en question trouveraient le moyen de se distinguer du tout-venant de l'information en ligne et de valoriser la plus-value qu'ils entendent apporter au traitement de l'actualité. Comme s'ils appelaient à la rescousse, en dernier ressort, après avoir tenté de s'aligner sur le moins disant journalistique en ligne (le bâtonnage de dépêches d'agences pour générer du trafic dans l'espoir de mieux vendre les bannières publicitaires), l'une des règles de base du métier pour se démarquer et, finalement vendre à sa juste valeur leurs contenus en ligne. Une telle démarche est compréhensible, compte tenu du contexte de faible crédibilité des médias, telle que mesurée chaque année par Kantar TNS pour le quotidien *La Croix*⁶ (la moitié des Français considèrent que les choses ne se passent pas exactement comme les médias le disent).

Autre raison : alors que l'heure est à la suppression d'effectifs et à la recherche d'un nouveau modèle économique associant web et canaux traditionnels, la période n'a jamais été aussi propice à une vérification de l'information efficace. En effet, les mêmes outils qui permettent de véhiculer l'information à très (trop) grande vitesse (Internet notamment) constituent une opportunité pour accéder à des sources multiples (sites, bases de données en ligne, ouverture des données publiques ou *open data*, réseaux sociaux, participation citoyenne et travail collaboratif, etc.) qui permettent de recouper les données et de vérifier les informations, de déterminer le contenu, le contexte de production et la technique de fabrication des documents

⁶ MARCÉ Carine, « Baromètre 2017 de la confiance des Français dans les média », *Kantar Public*, 2 février 2017. Disponible sur : <http://fr.kantar.com/m%C3%A9dias/digital/2017/barometre-2017-de-la-confiance-des-francais-dans-les-media/> (page consultée le 2 mai 2017).

trouvés sur le web⁷. Sans parler de la possibilité de s'en remettre aux contributions des citoyens-lecteurs internautes, qui eux aussi peuvent participer à la vérification des informations.

Dès lors le journalisme serait, pour les observateurs les plus optimistes, en passe non seulement de renouer favorablement avec ses principes de base, tels que la vérification, mais aussi en mesure de proposer une version « augmentée » de ses savoir-faire : un journalisme « augmenté » de tous les moyens possibles de vérification et de mise en valeur des données factuelles (data-journalisme) notamment afin, là encore, de se distinguer parmi d'innombrables flux d'informations non hiérarchisées, non vérifiées, etc. Les outils pour cela ne cessent de se multiplier et, de manière inédite dans leur longue histoire, les médias ont la possibilité de faire interagir des sons, vidéos, textes, infographies, etc. Au service d'une information plus enrichie que jamais.

Un autre motif, moins réjouissant peut-être, explique cette mise en avant du fact-checking à ce moment clé de la vie des médias : la volonté de masquer les carences des rédactions en termes de vérification de l'information. Celles-ci afficheraient d'autant plus leur fact-checking consacré à la parole publique (vérification de citations d'hommes politiques) que leur environnement les rend moins aptes à proposer des contenus vérifiés dans le reste de leurs publications. Ce qui est d'autant plus facile à réaliser que les équipes retraits de jeunes journalistes qui se consacrent à ce travail sont *a priori* moins coûteuses à mettre en place que ne le serait la conservation d'effectifs plus âgés et plus expérimentés dédiés à l'investigation de terrain et/ou au fact-checking et au secrétariat de rédaction pour vérifier tous les contenus publiés.

Or il existe quelques différences fondamentales entre ce que propose originellement le fact-checking (la vérification systématique des faits et informations relatés par les journalistes avant leur publication, *a priori*) et ce qu'il propose aujourd'hui dans ses rubriques dédiées (la vérification ponctuelle de citations d'hommes politiques déjà publiées, *a posteriori*). Ces différences, économiquement, tournent systématiquement

⁷ BRADSHAW Paul, « Content, context and code: verifying information online », *Online Journalism Blog*, 26 janvier 2011. Disponible sur : <https://onlinejournalismblog.com/2011/01/26/verifying-information-online-content-context-code> (page consultée le 29 juillet 2016).

à l'avantage de la nouvelle formule et journalistiquement, il faut bien le dire, plutôt en sa défaveur.

Chaque fois qu'ils reviennent sur une citation politique, les médias donnent l'impression qu'ils ont, dans un premier temps, délibérément pris le risque de diffuser une contre-vérité (ce qui n'est pas le cas avec la vérification des faits *a priori*) et qu'ils laissent l'initiative de l'*agenda setting* aux seuls hommes politiques : en quelque sorte, les rubriques de fact-checking ne vérifient que les informations que les hommes politiques ont bien voulu leur donner l'occasion de vérifier⁸.

De facto, en matière de fact-checking, au fil du temps, on ne parle plus de la même chose. Il ne s'agit plus du travail des petites mains de l'information qui vérifiaient scrupuleusement, voire pointilleusement, en coulisses, tous les contenus diffusés par leur média avant publication. Depuis les élections présidentielles américaines de 2008 – pour ce qui concerne le fact-checking aux États-Unis – et françaises de 2012, place au fact-checking « nouvelle formule ». Celui du pionnier *PolitiFact.com*, qui remporte, en 2009, le prestigieux prix *Pulitzer* dans la catégorie « National reporting », pour récompenser l'initiative de sa rédaction de tutelle, le *Saint-Petersburg Times* (devenu *Tampa Bay Times*, édité en Floride, aux États-Unis), d'avoir consacré des moyens à la création d'un site Internet dédié à la vérification de 750 déclarations politiques et d'avoir pu ainsi traiter de manière originale l'actualité politique. C'est ce modèle que dupliquent, depuis les élections présidentielles de 2012, les rédactions françaises notamment. Un modèle où il n'est pas question de vérification systématique des informations avant publication, mais de vérification ponctuelle de déclarations publiques d'hommes politiques déjà parues et diffusées, le plus souvent dans d'autres médias.

Ici, la question du parcours de l'information, de sa collecte à sa diffusion, joue un rôle majeur. Si la plupart des journalistes s'accordent en effet pour faire de la vérification une règle de base du métier, c'est aussi, peut-être, parce que la plupart d'entre eux ne sont pas (encore) issus de la génération des professionnels ayant exercé dès leurs débuts à l'heure d'Internet et des réseaux sociaux, au sein de rédactions transformées en *newsrooms*, c'est-à-dire en plateformes ultra-connectées,

⁸ CORNU Daniel, *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*, op. cit, p. 332

où les effectifs sont tout autant – parfois davantage – mobilisés par la nécessité de nourrir un fil d’actualité grâce au bâtonnage de dépêches d’agence, que par le travail d’enquête de terrain. Or, dans ces *newsrooms*, le circuit de « la copie » par exemple, pour employer un vocabulaire propre à la presse écrite, s’est très largement modifié. Longtemps, le nombre de relectures a été le gage de la qualité des publications, passant des mains du journaliste-rédacteur à celles de son rédacteur en chef, puis celles d’un secrétaire de rédaction, éventuellement assisté d’un correcteur, puis à nouveau celles du rédacteur avant de repasser au moment du BAT (bon-à-tirer) sous les yeux du rédacteur en chef et, parfois du directeur de la rédaction. Désormais, le remaniement profond des rédactions donne la priorité à la diffusion sur le web (« *web first, print later* »), voire, avant même, aux réseaux sociaux. La visée est celle d’une diffusion la plus instantanée possible, sans, toujours, la vérification nécessaire et non sans accidents ou incidents à propos d’informations non-avérées.

L’accélération du temps médiatique ne date pas d’hier et est le fruit de longs processus liés aux progrès de la technique et de la technologie⁹ ; le journalisme à l’ère numérique connaît néanmoins des bouleversements d’une rapidité sans précédent (comme la multiplication des sources d’information pour eux-mêmes et pour les lecteurs, y compris ce que postent les amateurs sur les réseaux sociaux), auxquels tous les journalistes et tous les médias ne s’adaptent pas de la même manière, d’autant que cela contredit parfois les principes avec lesquels ils ont été formés¹⁰. Il est notable que quelques *pure-players* d’information pionniers, tels que *Mediapart*, ont voulu fonder leur réputation sur du journalisme d’investigation et des faits complexes à vérifier (pour tirer leur revenus de la vente d’informations à forte plus-value plutôt que de la publicité fondée sur le trafic de leur site web). Concomitamment, la grande majorité des médias traditionnels inauguraient leur propre présence en ligne avec des contenus d’information en continu (*hard news*), mis gratuitement à la disposition des internautes, alimentés par de jeunes journalistes appelés à réécrire les dépêches des fils d’agences de presse.

⁹ JOANNES Alain, *Le journalisme à l’ère électronique*, Paris, Vuibert, 2007, p. 20

Et RIEFFEL Rémy, *Que sont les médias ? Pratiques, Identités, Influences*, Paris Gallimard, 2005, p. 95

¹⁰ ANTHEAUME Alice, *Le journalisme numérique*, *op. cit.*, p. 12

Or ce sont ces rédactions qui, aujourd'hui, comme *Europe 1* ou *France Info* et même *Libération*, affichent de la façon la plus spectaculaire possible leur fact-checking. Au point de dédier des rubriques entières, que ce soit à la télévision, à la radio ou en presse écrite, voire des chaînes spécifiques, comme c'est le cas, plus facilement, sur Internet, à une pratique que d'aucuns continuent de qualifier de consubstantielle au métier de journaliste : la vérification des faits et de l'information. Parallèlement, leurs articles d'actualité – tout particulièrement sur leurs sites web – semblent l'être davantage sur le mode d'un « *work in progress* »¹¹ : on dit d'abord, on corrige ensuite si besoin et on complète, plutôt que de se dédire ou d'accorder un droit de réponse, relativement inexistant en ligne¹².

Cela nous amène à la question suivante : pourquoi assiste-t-on à cette mise en avant du fact-checking, jusqu'à en faire un genre journalistique à part entière, précisément au moment où les médias semblent avoir le moins de moyens pour vérifier l'information ?

Aussi s'agit-il, finalement, pour comprendre cette mise en avant parfois surprenante du fact-checking dans les médias français, d'émettre les hypothèses suivantes :

- un média n'est journalistique que parce qu'il délivre, à mi-chemin entre le public et les sources¹³, des informations vérifiées ; en ce sens, la vérification est constitutive de l'ADN des médias comme de celui des journalistes et le fact-checking, dont l'objet est un travail de vérification, s'inscrirait davantage dans une tradition que dans une rupture porteuse d'innovation ;
- le fact-checking est certes une pratique professionnelle originellement dédiée à la vérification exhaustive et rigoureuse des faits et des informations publiées et/ou diffusées dans les médias, mais il n'en constituerait pas moins un genre journalistique à part entière ;

¹¹ ANTHEAUME Alice, *Le journalisme numérique*, op. cit., p. 123

¹² MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc, *Le guide de l'écriture journalistique*, Paris, La Découverte, 2009, p. 230

¹³ EVENO Patrick, *La presse*, Paris, Presses Universitaires de France, 2010, p. 27

- l'autonomisation de la pratique du fact-checking dans les rédactions serait révélatrice des bouleversements que connaissent les médias au moment où une crise conjoncturelle (la nécessité de trouver des sources de revenus en ligne) s'ajoute à la crise structurelle de la presse ;
- il y a dans le développement de la mise en avant du fact-checking par les médias traditionnels des facteurs de risque (jeter le discrédit sur l'ensemble des autres contenus par exemple) autant que de succès (différenciation des flots d'information de l'infobésité sur Internet et les réseaux sociaux).

À travers l'étude de ces différentes hypothèses de travail, nous espérons expliciter la présence de ces articles et chroniques de vérification au sein des médias français, en prenant en compte aussi bien des critères déontologiques et éthiques, techniques et technologiques, économiques et organisationnels, voire, dans une certaine mesure, philosophiques, tant le fact-checking s'apparente à une quête journalistique intimement liée à celle de la vérité.

Tandis qu'émerge et se développe depuis les années 2000, d'abord aux États-Unis puis en France et ailleurs dans le monde, un fact-checking singulier consacré essentiellement à la vérification des propos tenus par des personnalités politiques, il est légitime de s'intéresser au décryptage du succès de cette nouveauté éditoriale dans les médias. Pour autant, la promotion importante qu'en proposent les professionnels de l'information, qui n'hésitent pas à faire de cette pratique de vérification (et de son appellation), autrefois générique et appliquée à l'ensemble des contenus, un genre journalistique particulier, peut sembler paradoxale, voire incongrue : une pratique aussi essentielle pour garantir la véracité des contenus journalistiques n'a pas à être réduite à un exercice ponctuel et aléatoire. Cela, d'autant que l'évolution des processus de production de l'information, notamment liés aux moyens dont disposent les rédactions pour accomplir leurs missions, laisse à penser que le fact-checking comme genre journalistique tend parfois à se substituer, plus qu'il ne s'ajoute, au travail de vérification plus global effectué par les journalistes soumis à l'accélération des flux et la multiplication des canaux d'information.

Aussi cela doit-il nous conduire à explorer dans quelle mesure, lorsqu'il devient un genre journalistique – ce qui semble être le cas – le fact-checking valorise, certes, une pratique crédible, mais révèle aussi, voire surtout, en creux, des manquements dans les pratiques professionnelles.

Précisons ici que ces questionnements sont non seulement issus de quatre années de recherche en Sciences de l'information et de la communication (SIC), mais aussi de l'ensemble de notre parcours, depuis nos années de formation jusqu'à leurs derniers aboutissements professionnels. Ainsi, au moment d'interroger une pratique journalistique essentielle, qu'est la vérification, nous faisons nécessairement entrer en jeu les savoirs et réflexions issus d'une double formation au journalisme, entamée à l'Institut français de presse dans le cadre d'un diplôme orienté vers la sociologie des médias, et poursuivie au sein de l'École publique de journalisme de Tours (EPJT), le temps d'une Année spéciale de journalisme spécialisée en presse magazine. Apparaît également essentiel, dans notre démarche, notre parcours professionnel, qui nous a conduit à exercer en tant que journaliste professionnel de 2000 à 2015. Nous avons alors expérimenté au plus près du terrain, dans de très nombreuses situations et au contact d'un nombre important de rédactions – du fait de notre mode d'exercice, principalement à la pige – les réalités et les difficultés que peuvent rencontrer les professionnels de l'information, notamment en termes de fiabilité et de vérification de l'information. Cela aurait pu nous conduire à adopter un point de vue partiel et partial sur ces questions. Mais les interventions lors de sessions professionnelles d'une part, puis les enseignements plus théoriques d'autre part, que nous avons eu l'opportunité de dispenser au sein de l'EPJT, respectivement à compter des années 2006 et 2013, nous ont progressivement permis d'acquérir un recul bénéfique et propice à une réflexion plus en profondeur sur nos propres pratiques et celles de nos confrères. C'est ainsi qu'en obtenant un statut de maître de conférences associé à temps plein au sein de l'Université de Tours, tout en bénéficiant de l'émulation de la constitution d'une jeune équipe de recherche en SIC nommée PRIM (Pratiques et ressources de l'information et des médiations), nous pensons avoir profité des dernières années pour développer une démarche scientifique et réflexive distanciée vis-à-vis de notre

activité professionnelle précédente, tout en étant capable de l'enrichir de nos connaissances pratiques.

Aujourd'hui, au sein des Sciences de l'information et de la communication, nos travaux s'inscrivent dans le champ de la recherche sur les pratiques journalistiques et des *journalism studies*. Ils s'intéressent tout particulièrement à l'activité de production des messages médiatiques (la collecte, le traitement et la diffusion de nouvelles), ainsi qu'à leurs contenus et à leurs métamorphoses, en lien avec les transformations technologiques et socioéconomiques. Ils adoptent essentiellement un point de vue critique pour questionner le journalisme dans son rôle social et citoyen, tout particulièrement en termes de transmission d'informations vérifiées et de relation de faits exacts, mais aussi en tant que domaine soumis à une *hyper concurrence*¹⁴, qui a perdu une partie de sa capacité à « *certifier l'information* »¹⁵. Notre travail s'inscrit davantage dans une vision constructiviste du monde social que dans une vision positiviste et peut faire appel à des références autocritiques issues de journalistes professionnels ou d'instances critiques sur les médias, voire de l'éducation aux médias. Parmi les théories qui ont irrigué récemment les travaux francophones sur ce point, nous nous inscrivons au carrefour de ce que Nicolas Pélissier et François Demers nomment « *l'approche compréhensive du quotidien et des fautes journalistiques* »¹⁶ et « *l'approche pragmatique du système journalistique et ses injonctions paradoxales* »¹⁷.

Nous utiliserons également les travaux récents de recherche sur le fact-checking lui-même, essentiellement étatsuniens à l'heure actuelle¹⁸. Toutefois nous les considérons avec distance, avec un regard résolument critique, tant ils nous semblent s'appliquer à un environnement particulier d'éclosion de cette pratique professionnelle, en omettant de traiter, le plus souvent, de ses ancrages historiques et sociologiques. Ils n'en sont

¹⁴ BONVILLE Jean (de), CHARRON Jean, « Le journalisme et le marché : de la concurrence à l'hyperconcurrence », *Nature et transformation du journalisme*, Québec, Presses de l'université de Laval, 2004.

¹⁵ SCHUDSON Michael, *The Sociology of News*, New York, W.W. Norton & Company, 2011, 280 p.

¹⁶ LEMIEUX Cyril, *Mauvaise presse*, Paris, Anne-Marie Métailié, 2000.

¹⁷ LE BŒUF Claude et PÉLISSIER Nicolas, dir., *Communiquer l'information scientifique : éthique du journalisme et stratégies des organisations*, Paris, L'Harmattan, 2003.

¹⁸ GRAVES Lucas, *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism*, New York, Columbia University Press, 2016.

pas moins cités ici pour décrire et tenter de cerner au mieux les caractéristiques de ce travail journalistique, en l'absence – ou quasi absence – d'équivalents européens ou français. Ainsi il nous est surtout apparu opportun de nous inspirer des études plus riches et plus étoffées conduites en matière d'analyse de l'évolution des pratiques professionnelles des journalistes à l'aune des évolutions des outils numériques. C'est ainsi que les travaux sur les différents aspects de ces transformations, tout particulièrement ceux de Mark Deuze¹⁹ sur ce qu'est le journalisme multimédia, d'Arnaud Mercier et Nathalie Pignard-Cheynel²⁰ sur l'usage des réseaux sociaux particulièrement ou de Benoît Grevisse et Amandine Degand²¹, ainsi que de Franck Rebillard²², sur l'émergence d'un journalisme en ligne ont eux-aussi grandement contribué à éclairer avantagement nos analyses.

En termes de recueil d'information, donc, nous avons fondé notre approche sur deux méthodologies complémentaires. Tout d'abord, nous nous appuierons sur un large panel de trente et un entretiens qualitatifs de type semi-directif, réalisés avec des journalistes en charge des principales rubriques et chroniques de fact-checking pour les médias français, ainsi qu'avec quelques-uns de leurs responsables hiérarchiques, chaque fois que cela a été possible. Nous avons délibérément constitué notre échantillon en nous orientant vers des professionnels qui ont expérimenté, non pas ponctuellement, mais sur la durée, ce journalisme de vérification de la parole publique. Cela nous permet de souligner la forte représentativité de cet échantillon dans la mesure où, d'après notre recensement, on ne comptabilise aujourd'hui pas plus d'une cinquantaine de journalistes fact-checkeurs en France (sauf à y ajouter des professionnels qui ont à produire très ponctuellement un travail de ce type). Ces entretiens ont tous eu lieu entre juillet 2015 et septembre 2016, pour des durées minimales d'environ une heure, jusqu'à plus de deux heures. Nous utiliserons des

¹⁹ DEUZE Mark, *Media Work*, Cambridge, Polity Press, 2007.

²⁰ MERCIER Arnaud et PIGNARD-CHEYNEL Nathalie, « Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°5, Paris, 2014.

²¹ DEGAND Amandine, GREVISSE Benoît (dir.), *Journalisme en ligne : Pratiques et recherches*, Bruxelles, De Boeck, 2012.

²² REBILLARD Franck (dir.), « Internet et pluralisme de l'information », *Réseaux*, La Découverte, n°176, 2012.

citations la plupart du temps issues de nos propres échanges avec ces derniers, sur leur parcours, leur mode de travail et leur place tant au sein de leur rédaction que dans le paysage journalistique plus global, en mentionnant la date à laquelle ils ont eu lieu (« Entretien du... »). Ces entretiens vont principalement éclairer nos écrits dans la seconde partie de ce travail de recherche, qui a vocation à détailler les pratiques des fact-checkeurs français et le contenu de leurs productions ; préalablement, notre première partie constituera une mise en perspective du fact-checking et de la vérification plus globalement, de ses origines et ses évolutions, ainsi qu'au processus de son renouvellement dans les médias américains et français en particulier).

Par ailleurs, l'exploration de notre sujet est fondée sur une analyse des contenus publiés dans les rubriques dédiées au fact-checking par les médias français. Cette fois, l'échantillon comporte plus de 300 articles et chroniques issus de sept médias différents. Pour la presse écrite, trois titres ont été étudiés : *Libération* (rubrique « Désintox »), *Le Monde* (« Les Décodeurs »), *Les Échos* (« Le Vrai-Faux des Échos »). Quatre sources ont également été sélectionnées pour les médias audiovisuels : « Le Vrai-Faux de l'Info » sur *Europe 1*, « Le Vrai du Faux » sur *France Info*, « Le Saviez-vous » sur *RTL* et « L'Œil du 20 Heures » de *France 2*. L'élaboration de cet échantillon est principalement liée à la longévité avec laquelle ces médias exercent leur mission de fact-checking, à deux exceptions près (*Les Échos*, *RTL*). Il nous a en effet semblé pertinent d'apprécier leur travail sur la durée. C'est pourquoi nous avons choisi trois périodes de référence pour scruter leurs productions : l'une d'elle est relativement neutre (septembre 2014), une deuxième est liée à une crise particulière (attentats terroristes en France en novembre 2015) et la dernière à une échéance électorale (campagne pour l'élection présidentielle française en mars 2017).

Cette double approche méthodologique – les entretiens et l'étude des contenus – semble ainsi la plus cohérente pour analyser une matière fondamentalement nouvelle et des enjeux professionnels tout à fait récents, puisque ces pratiques de fact-checking se sont développées depuis moins de dix ans et qu'elles ont jusqu'alors été très peu étudiées en France. Le choix des rubriques à étudier et des personnalités à rencontrer est, comme nous l'avons dit, fondé sur des critères très factuels. Ont été inclus dans le panel concerné essentiellement des médias hexagonaux qui revendiquent cette

pratique du fact-checking et qui ont créé des formats dédiés au sein de leurs publications ou sur leurs antennes. Pour la plupart, ils étaient présents dans le paysage médiatique français dès 2012 ou 2014 et sont toujours en activité en 2017. En complément, nous avons voulu questionner le rapport à la vérification des nouvelles ou le rôle dans l'écllosion du fact-checking en France d'autres acteurs importants comme le site Internet pionnier *Owni*, fermé en 2013, quelques *pure-players* comme les sites *Arrêt sur Images*, *Facta Media*, *Lui Président*, *Contexte* et *Vigie 2012*, mais aussi l'Agence *France-Presse*. Bien entendu, nous n'ignorons pas que les initiatives en la matière ont été beaucoup plus nombreuses, en particulier à l'occasion de l'élection présidentielle de 2012 (nous le montrerons plus loin) ; mais les émissions ou rubriques proposées alors ont été fermées ou, tout du moins mises en sommeil.

Quoi qu'il en soit, il est important de nous focaliser sur les opérations les plus durables en matière de fact-checking, car c'est cette installation dans le paysage médiatique dans la durée qui nous permet de fonder notre questionnement sur les libertés prises par ailleurs, dans ces mêmes médias, avec la vérification des informations au quotidien. Pour le résumer, il s'agit bien là de l'objet de ce travail : analyser cette pratique émergente du fact-checking afin d'éclairer en quoi sa mise en avant par les rédactions semble contradictoire avec les moyens dont elles disposent globalement, au fil du temps, pour vérifier les flux d'informations qu'elles délivrent. La réflexion nous amènera ainsi à montrer, dans un premier temps (Première partie), comment les médias et les journalistes en général s'accommodent de leur devoir de vérification des faits et des informations, alors qu'ils évoluent dans un univers professionnel qui, sur le plan économique et journalistique, les pousse à délivrer l'information toujours plus rapidement, pour ne pas dire en temps réel. Cela nous conduira à expliquer comment, sous l'appellation fact-checking, a émergé progressivement, au fil de l'histoire du journalisme, tant en France qu'aux États-Unis, une sous-famille des travaux de vérification des faits, qui consacre ses efforts à la vérification *a posteriori* des déclarations publiques d'hommes politiques.

Puis, dans un second temps (Deuxième partie), nous tenterons de montrer que ce fact-checking « nouvelle formule », érigé en véritable genre journalistique et en pratique ostentatoire de vérification, peut s'avérer, pour les médias, un dispositif à double

tranchant : un outil capable de les parer de vertus journalistiques telles que le sérieux et le souci de la vérification, mais aussi susceptible de les décrédibiliser, dans la mesure où il s'avère particulièrement critiquable dans sa mise en œuvre. Il s'agira aussi pour nous d'explicitier l'enjeu – présent et à venir – que représente la vérification de l'information dans les médias, un enjeu vital tant ces derniers sont confrontés à une concurrence plus rude que jamais et doivent, par conséquent, compter sur leur professionnalisme pour espérer tirer leur épingle du jeu. Là, un fact-checking réinventé et mieux adapté aux contraintes de la rapidité de l'information pourrait être leur allié.

Peut-être les enjeux décrits ci-dessus, semblent-ils, à première vue, dépasser l'étude de l'émergence d'une « simple » pratique journalistique. Mais il semble pourtant que l'apparition du fact-checking soit bel et bien symptomatique de larges bouleversements d'ensemble dans la production et la diffusion de l'information par les médias.

Partie 1 - De la vérification des faits à l'émergence du fact-checking

Le terme « fact-checking » mérite d'être étudié à l'aune de sa signification et de son histoire. Tout d'abord, il s'agit d'une pratique de vérification, ce qui, compte tenu des principes fondamentaux du journalisme et de ses valeurs, doit nécessairement nous conduire à évoquer comment ce « commandement » se manifeste aujourd'hui au sein des médias et de la population des professionnels de l'information. Bien entendu, il ne doit pas s'agir de s'en remettre exclusivement aux grandes déclarations, chartes et autres codes de déontologie, mais bien plutôt de porter un regard critique sur l'effectivité de ce principe dans la réalité de l'exercice de la profession.

D'autant que – la tendance n'est pas nouvelle – l'accélération continue de la diffusion des informations, grâce aux progrès technologiques notamment, ne va pas toujours de pair avec un meilleur respect des procédures, toujours « trop » longues, de vérification. Bien entendu, les nouveaux outils dont les journalistes peuvent faire usage sont d'incontestables aides pour mener à bien déontologiquement leurs missions. Toutefois, ce qui leur est demandé en ce XXI^e siècle naissant reste de l'ordre du défi : produire le plus vite possible sur une multitude de canaux, toujours plus nombreux (contenus multimédias et en ligne, réseaux sociaux, etc.) Or, dans des rédactions où des crises s'accumulent, d'ordres structurel, conjoncturel et éditorial, et où chacune lutte pour survivre face à une hyper-concurrence, les moyens qui devraient permettre d'accomplir sereinement une telle mission ne sont que très rarement réunis.

Voilà pourquoi il est intéressant de constater, aux États-Unis, puis en France, l'apparition du fact-checking, dont l'un des objets, à l'évidence, consiste à rendre aux médias une partie du crédit perdu aux yeux de la population. Bien entendu, chaque pays s'est emparé à sa manière de cet outil supplémentaire de crédibilisation de ses contenus. Toutefois, que l'on se penche sur l'histoire étatsunienne du fact-checking au début des années 1920 dans la presse magazine ou bien sur l'actualité de cette pratique, nettement remaniée, au début des années 2000, outre-Atlantique comme en France, nous observons la création d'une pratique très spécifique de vérification de la parole des personnalités politiques. Le fact-checking devient alors une catégorie très particulière de travaux de vérification des faits.

**La création
d'une pratique
très spécifique
de vérification
de la parole
des personnalités
politiques.**

CHAPITRE 1. VERIFIER,

UN « COMMANDEMENT » DU JOURNALISME

1.1. Une règle intangible

1.1.1. Incontournable dans les codes de déontologie

En matière de journalisme, la vérification est une étape incontournable. Une étape rappelée dans la majeure partie des textes relatifs aux conditions d'exercice du métier, comme les codes de déontologie, censés à la fois servir de guides aux professionnels – en particulier les plus jeunes – et à la fois garantir au public le respect de règles intangibles face au traitement de l'information. Ces textes sont nombreux à faire plus ou moins référence parmi les journalistes, qu'ils aient eu à en prendre connaissance lors de leur formation – dans les écoles de journalisme, notamment, ils sont généralement étudiés dans les cours de déontologie puis mis en pratique lors de sessions professionnelles – ou bien sur le terrain, via des formations internes, des communications syndicales, les relations avec les pairs et les supérieurs hiérarchiques.

C'est en effet, peut-être, une limite à la bonne connaissance de ces textes : selon les statistiques de la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels, moins de 20% des premières demandes de carte satisfaites en 2015 émanaient de jeunes professionnels issus de l'une des 14 formations reconnues par la Commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes. La très grande majorité des professionnels doit donc prendre connaissance de ces notions déontologiques par d'autres biais, au contact de leurs confrères au sein des rédactions, via un éventuel code ou charte de déontologie interne²³, propre au média dans lequel ils travaillent.

²³ De nombreux médias disposent d'un tel document de référence : *Le Monde* a édité une « Charte d'éthique et de déontologie » qui date de 2010 (http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2010/11/03/la-charte-d-ethique-et-de-deontologie-du-groupe-le-monde_1434737_3236.html), *Libération* se conforme à une « Charte éthique » en vigueur depuis 2014 (http://www.liberation.fr/ecrans/2014/07/07/la-charte-ethique-de-liberation_1059029), le groupe d'audiovisuel public *France Télévisions* a sa « Charte des Antennes » (http://www.francetelevisions.fr/sites/default/files/pdf/2015/07/11/charte_des_antennes_FTV_0.pdf), etc. Par ailleurs, la loi Bloche de nov. 2016 donne l'obligation à toute rédaction de se doter d'une charte avant le 1^{er} juillet 2017.

Quoi qu'il en soit, les principaux textes de référence de la profession font tous allusion à la nécessaire étape de vérification, préalable à la transmission de toute information. C'est notamment le cas de la « Charte d'éthique professionnelle des journalistes », adoptée par le Syndicat national des journalistes (SNJ) en mars 2011 afin d'actualiser et de compléter les versions antérieures de 1938 et même de 1918, connues sous le nom de « Charte des devoirs professionnels des journalistes français », créées dans un contexte de professionnalisation du journalisme en France. La version de 2011 (voir annexe 4), contrairement aux précédentes, donc, évoque explicitement la vérification :

« Le journalisme consiste à rechercher, vérifier, situer dans son contexte, hiérarchiser, mettre en forme, commenter et publier une information de qualité (...) La notion d'urgence dans la diffusion d'une information ou d'exclusivité ne doit pas l'emporter sur le sérieux de l'enquête et la vérification des sources. (...) C'est dans ces conditions qu'un journaliste digne de ce nom : (...) Tient l'esprit critique, la véracité, l'exactitude, l'intégrité, l'équité, l'impartialité, pour les piliers de l'action journalistique ; tient l'accusation sans preuve, l'intention de nuire, l'altération des documents, la déformation des faits, le détournement d'images, le mensonge, la manipulation, la censure et l'autocensure, la non vérification des faits, pour les plus graves dérives professionnelles ; exerce la plus grande vigilance avant de diffuser des informations d'où qu'elles viennent ; dispose d'un droit de suite, qui est aussi un devoir, sur les informations qu'il diffuse et fait en sorte de rectifier rapidement toute information diffusée qui se révélerait inexacte...²⁴ »

La « Déclaration des devoirs et des droits des journalistes », dite « Charte de Munich », adoptée en novembre 1971 par la Fédération européenne des journalistes, fait, elle, l'objet d'un consensus international autour de règles clés, comme la vérification, et reste considérée comme un texte de référence par les médias français,

²⁴ SNJ, « Charte d'éthique professionnelle des journalistes », SNJ, 2 mars 2011.

Disponible sur : <http://www.snj.fr/sites/default/files/documents/Charte2011-SNJ.pdf> (page consultée le 25 juillet 2016)

Voir annexe

qui l'ont parfois officiellement reconnue comme devant guider leur mission d'information. On peut notamment y lire :

« Les devoirs essentiels du journaliste, dans la recherche, la rédaction et le commentaire des événements, sont : 1) respecter la vérité, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître ; (...) 3) publier seulement les informations dont l'origine est connue ou les accompagner, si c'est nécessaire, des réserves qui s'imposent ; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et les documents ; (...) 6) rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte...²⁵ »

On peut ajouter à ces deux textes « fondateurs » en termes de déontologie, la « Charte de la qualité de l'information »²⁶, qu'ont appelé à adopter plusieurs organisations de journalistes (syndicats, associations, écoles, etc.) à compter des premières Assises internationales du journalisme et de l'information²⁷, en 2007. Ce texte, qui avait vocation, selon ses défenseurs, à être annexé à la Convention collective nationale de travail des journalistes, a été présenté lors de l'édition 2008 de cet événement, mais n'a toujours pas été ratifié à ce jour. Il portait, lui aussi, dans le droit fil des deux textes précédents, une attention particulière à la vérification, à plusieurs reprises :

« Le journaliste est celui dont le métier est de rechercher des informations, les vérifier, les sélectionner, les situer dans leurs contextes, les hiérarchiser, les mettre en forme et éventuellement les commenter. (...) Une information de qualité doit être exacte. La rechercher, la vérifier et la mettre en forme nécessite du temps et des moyens. L'approximation, la déformation doivent être bannies, tout comme le mensonge, l'invention, la

25 FÉDÉRATION EUROPÉENNE DES JOURNALISTES, « Déclaration des devoirs et des droits des journalistes », 24 novembre 1971. Disponible sur : http://www.journalisme.com/images/stories/pdf/charte_munich.pdf (page consultée le 25 juillet 2016).

Voir annexe

26 ASSISES DU JOURNALISME, « Charte de la qualité de l'information », ASSISES DU JOURNALISME, 21 mai 2008.

Disponible sur : http://www.journalisme.com/images/stories/pdf/charte_qualite_6dec07.pdf (page consultée le 25 juillet 2016)

27 Les Assises internationales du journalisme et de l'information sont organisées chaque année, depuis 2007, par l'association Journalisme & citoyenneté, pour favoriser les rencontres et échanges entre les professionnels de l'information et les citoyens.

rumeur. Éditeurs et journalistes s'obligent à rectifier les erreurs qui ont pu être commises. »²⁸

Ce ne sont là que trois exemples²⁹ de l'affirmation d'une nécessaire vérification des informations pour les journalistes. Mais on peut déjà y relever plusieurs aspects intéressants pour la suite de notre étude. D'une part, le devoir de vérification est extrêmement lié aux conditions d'exercice du métier et tributaire, entre autres, de la considération que le professionnel et sa hiérarchie accorderont à la notion d'urgence dans la transmission de l'information : la priorité est-elle de donner l'information en premier ou bien de livrer des contenus vérifiés ? Nous verrons plus tard que ces conditions d'exercice sont également liées à l'apparition du fact-checking. D'autre part, il s'avère que la présence éventuelle d'erreurs dans le contenu de l'information transmise est également anticipée : aux journalistes de faire amende honorable, en quelque sorte, de « *rectifier rapidement toute information diffusée qui se révélerait inexacte* », dans le cadre d'un « *droit de suite, qui est aussi un devoir* ». Enfin, il est parfois question de « *vérité* », bien qu'il s'agisse là d'un terrain glissant (nous y reviendrons également), tant il peut s'avérer difficile de promettre la vérité absolue dans le cadre d'une démarche journalistique, aussi sérieuse et déontologique soit-elle.

1.1.2. Sans vérification, un média n'est pas un média

Sans vérification, un média reste-t-il un média journalistique ? Les codes de déontologie ne sont pas les seuls à hisser le travail de vérification parmi les canons du journalisme. C'est aussi le cas de tous les manuels et guides à l'usage des apprentis journalistes, qu'ils soient étudiants ou professionnels en passe d'entrer dans la profession. Et la recherche en sciences de l'information et de la communication est prompte à rappeler le concept de « *médiologie* » de Régis Debray, comme le fait Amandine Degand, qui détaille ainsi « *ce qu'est un média, au sens médiologique* » :

« Un intermédiaire ou "un dispositif véhiculaire" qui, dans le cas des médias de masse, fait la liaison entre une information et un public. (...) »

²⁸ AGNÈS Yves, *Manuel de journalisme*, Paris, La Découverte, 2008, p. 432

²⁹ On pourrait y ajouter les deux autres textes généralement cités en référence par les professionnels de la presse : la « Déclaration de principe sur la conduite des journalistes », de la Fédération internationale des journalistes (1954, révisée en 1986) et le « Projet de code de déontologie pour les journalistes », du comité des sages réuni à la suite des États généraux de la presse (2009).

Un certain laps de temps, aussi réduit soit-il, est, par définition, nécessaire entre le déroulement d'un événement et sa diffusion dans les médias. C'est le temps du travail du journaliste professionnel. »³⁰

Ce temps du travail du journaliste professionnel est plus loin défini comme celui de la vérification notamment. D'ailleurs ce thème de la vérification ne fait pas débat tant est reconnu le lien entre le rôle d'information des journalistes et la vie démocratique : la bonne information du citoyen garantit, en quelque sorte, sa capacité à se forger une opinion éclairée et à effectuer ses choix librement dans un cadre démocratique. Là encore, quelques exemples suffisent à montrer le caractère incontournable de la vérification de l'information aux yeux des auteurs de manuels parmi les plus lus. Même si, souvent, il faut le reconnaître, leurs auteurs évoquent la vérification comme un combat auquel trop de journalistes renonceraient.

À commencer par le *Manuel de journalisme*, d'Yves Agnès, qui met en avant dès ses premières pages, parmi ce qu'il appelle « *les qualités et aptitudes du bon journaliste* », la rigueur, sans laquelle il n'est pas possible de garantir une information fiable, vérifiée :

« La rigueur est consubstantielle au journalisme, dont le but premier est de rapporter des informations avec la plus grande clarté et la plus grande précision possibles. »³¹

Puis, un peu plus loin, de façon assez véhémement, au moment d'aborder « *les bonnes pratiques* » :

« Elles ont trait (notamment) à la rigueur de l'information (recherche et traitement) au bénéfice du lecteur qui a droit à une information de qualité, au plus près de la vérité. (...) Par manque de rigueur et de respect de leurs lecteurs, les journalistes ne prennent plus le temps de vérifier leurs informations, alors que le « devoir de vérité » est la première des règles à observer. »³²

³⁰ DEGAND Amandine, « Le multimédia face à l'immédiat. Une interprétation de la reconfiguration des pratiques journalistiques selon trois niveaux », *Communication*, 29/1, 2011, p. 3

³¹ AGNÈS Yves, *Manuel de journalisme*, op. cit., p. 32

³² AGNÈS Yves, *Manuel de journalisme*, op. cit., p. 421-422

Pour Jean-Luc Martin-Lagardette, dans son *Guide de l'écriture journalistique*, il est indispensable d'appliquer ces règles de précaution aux « informations apportées (IA) » au journaliste, comme aux « informations recherchées (IR) » par le journaliste. Il écrit ainsi, à propos des premières, issues d'institutions diverses :

« Qu'elle soit manipulatoire ou non, une information apportée doit toujours être reçue avec prudence et circonspection. En théorie, elle ne devrait jamais être acceptée par un journaliste sans un minimum de vérifications et d'analyse. C'est même là le cœur du métier journalistique, ce qui le distingue de tous ceux qui reproduisent l'IA sans y ajouter une valeur personnelle. »³³

Et d'ajouter, à propos cette fois-ci des informations recherchées, qui permettent d'ailleurs parfois elles-mêmes de vérifier une IA, ce mode d'emploi de la vérification :

« Pour valider un fait, le journaliste devra le plus souvent recouper son information avec d'autres sources, multiplier les approches autour d'une même information. D'où le principe suivant : la fiabilité d'une information s'établit notamment par la consultation de sources multiples, différentes, voire concurrentes ou contradictoires. »³⁴

Ce qui apparaît là en filigrane, c'est le fameux recoupement ou croisement des sources du journaliste, qui seul peut permettre d'approcher la vérité des faits ou du moins de s'en éloigner le moins possible. La raison d'être des médias s'apparente ainsi à une forme de médiation entre chacune des sources possibles à propos d'un événement, d'une actualité, d'une part, et le grand public dont il faut éclairer la compréhension et incidemment les choix qu'ils feront valoir en démocratie, d'autre part. Patrick Eveno exprime ainsi, via l'étymologie, le rôle des médias :

« Dans le circuit de l'information, les journalistes sont au milieu – c'est le sens premier du mot média –, placés entre le public, qui demande des informations, et les institutions, entreprises, collectivités et individus qui

³³ MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc, *Le guide de l'écriture journalistique*, op. cit., p. 159

³⁴ *Ibid.*, p. 164

agissent et communiquent, mais ne souhaitent pas laisser paraître toutes les informations ou révéler le dessous des cartes. »³⁵

Un média n'est donc journalistique que parce qu'il délivre des informations vérifiées, à mi-chemin entre le public et les sources des informations vérifiées. Il est donc délicat, en effet, dans ces circonstances, de présenter une pratique journalistique qui a trait à la vérification comme neuve ou innovante. Cet argument, on le verra, est celui que reprennent de très nombreux professionnels, sur le ton : « *Ce travail de vérification, on le fait déjà, on ne fait même que cela et heureusement !* » À les entendre, la vérification est constitutive de l'"ADN" des médias, comme de celui des journalistes.

Dans *Les Cahiers du Journalisme*, à l'automne 2010, trois responsables de l'École supérieure de journalisme (ESJ) de Lille ne disaient pas autre chose dans un article consacré aux impacts du numérique sur la profession, qui ne devaient pas déstabiliser ce qu'ils appelaient « *les principes fondamentaux* » du métier :

« Ce trop-plein d'informations rend encore plus indispensables et incontournables les principes fondamentaux, élémentaires du métier, ceux d'hier et d'avant-hier, socle de base de la profession à affirmer et réaffirmer encore dans les écoles, tant ils sont d'actualité et tant ils sont la planche de salut de la profession. Ces bases sont connues : vérifier, recouper, sourcer, expliquer, mettre en perspective un fait. (...) C'est en respectant ces bases que le journaliste remplira son rôle dans la société et sera reconnu et identifié comme un fournisseur crédible d'information, un acteur et un citoyen de la démocratie. »³⁶

Base, socle, fondement... la vérification est bel et bien un savoir-faire incontournable du journalisme. Et comme nous l'expliquions en introduction, il est assez difficile de trouver des témoignages de professionnels qui ne font pas de la vérification systématique de l'information l'un des principes constitutifs de leur métier, ainsi qu'une règle déontologique, voire un principe éthique, qu'ils associent le plus souvent à la nécessité de « croiser les sources » de leurs informations, c'est-à-dire

³⁵ EVENO Patrick, *La presse, op. cit.*, p. 27

³⁶ GANDIN Jérémie, SAVARY Pierre, VANMERRIS Corinne, « Le numérique redessine les contours de la profession », *Les Cahiers du Journalisme*, 21, 2010, p. 199

accumuler suffisamment de points de vue différents pour parvenir à recouper ces informations et, ainsi, attester de leur exactitude.

1.2. Un principe non garanti

1.2.1. Sa mise en œuvre n'est pas contrôlée

La vérification de l'information recueillie, traitée puis transmise par un journaliste est, certes, un principe incontournable du travail du journaliste. Il est bel et bien présent dans les textes censés guider la démarche des professionnels, qu'ils soient d'ordre déontologique (chartes) ou pratique (manuels) ; il est aussi, finalement, la raison d'être des médias dans nos sociétés démocratiques, véritables intermédiaires entre l'événement, l'actualité et le grand public, qui compte sur un éclairage fiable afin de faire ses choix politiques en conséquence, le moment venu.

Pourtant, la vérification a beau être un principe affirmé par tous les professionnels et par des textes de référence aussi anciens que la professionnalisation du journalisme, elle n'est en rien imposée – juridiquement, légalement – aux journalistes français individuellement ou même aux médias en général. En tout cas, pas autrement que par un principe moral, éthique ou déontologique auquel se référerait chaque individu. C'est d'ailleurs là un paradoxe important, dans la mesure où ce qui constitue un fondement du journalisme n'est jamais totalement opposable à ses représentants.

Or, des manquements peuvent avoir des incidences dommageables pour les médias, comme nous le verrons plus loin : incidences sur la crédibilité du média lui-même, incidences sur la crédibilité du journaliste et même, puisqu'il s'agit tout de même de règles partagées par la communauté des journalistes et, pour le reste de la société, présumées appliquées en toutes circonstances, incidences sur une éventuelle condamnation en cas de conflit devant les tribunaux. C'est ainsi qu'un avocat du barreau de Paris démontrait notamment, au regard de la jurisprudence et de la doctrine, les éléments qu'un journaliste poursuivi pour diffamation doit produire afin de faire la preuve – au-delà du respect des règles de droit – de sa bonne foi. Et de citer, parmi d'autres motifs, le sérieux de l'enquête menée par lui :

« C'est surtout en considération de l'enquête menée, celle-ci devant avoir été préalable à la rédaction de l'article et devant respecter un certain contradictoire, et au regard du ton employé par le journaliste, tout en prenant en considération le contexte de la publication, que le juge décidera si la présomption de mauvaise foi est valablement combattue. Il établit sur la base de ces critères une certaine déontologie de l'exercice du journalisme. »³⁷

Ainsi, au moment de faire la démonstration de sa bonne foi dans l'exercice de son métier, le journaliste peut se voir opposer l'insuffisante qualité des sources d'information produites, l'absence ou le manque de recoupements et de contradiction, indique le juriste. Autrement dit le non respect de principes liés à ce qu'on estime constituer les bases de la profession. Si bien que ce qui n'est pas, en apparence, imposé de manière contraignante au journaliste, peut toujours finir par l'être dans le cadre d'une procédure judiciaire par exemple. Ce qui en fait, indirectement, des règles incontournables.

Toutefois, nombreuses sont les voix qui s'offusquent de ne pas voir ces principes – de vérification en particulier – davantage « opposables » aux journalistes. C'est d'ailleurs ce qui a incité, en 2013, la ministre de la Culture et de la communication Aurélie Filippetti à commander un rapport à Marie Sirinelli sur « *la question de la création en France d'une instance de déontologie de la presse et des médias, à l'image des conseils de presse qui existent dans plusieurs pays européens* »³⁸. Cette juriste, première conseillère à la Cour administrative d'appel de Paris, a certes pu démontrer que « *la déontologie de l'information existe certainement, mais à un stade encore désincarné, sans instance véritable ni référence textuelle uniforme* », mais sans parvenir à préconiser, au regard de l'équilibre subtil entre liberté et responsabilité des journalistes, ainsi que des avis contradictoires et réticences des éditeurs notamment, la création d'un conseil de presse en France.

³⁷ BIGOT Christophe, « La bonne foi du journaliste : état des lieux », *Legicom*, 28, 2002/3, p. 73-74

³⁸ SIRINELLI Marie, *Autorégulation de l'information : comment incarner la déontologie ?*, Paris, La Documentation française, 2014, 79 p.

En la matière, Jean-Luc Martin-Lagardette a expliqué quel type d'instance pourrait ainsi garantir une « *information responsable* », « *fidèle aux faits et juste dans son élaboration* » :

« *Il ne s'agit pas, bien sûr, d'imaginer une police de l'information ni de créer une instance ordinale pour surveiller les pratiques de la profession, mais de réguler les pratiques journalistiques pour éviter tant les dérives impunies que la judiciarisation.* »³⁹

Lui-même, depuis 2006, a fait partie des cofondateurs d'une Association de préfiguration d'un conseil de presse (APCP), qui rassemble « *tout journaliste, mais aussi lecteur/citoyen, sociologue, juriste ou autre expert, sensibles aux enjeux démocratiques de la qualité de l'information* »⁴⁰. Son but :

« *Offrir un espace commun où, précisément, les tensions éthiques concernant les médias et leur fonctionnement pourront être analysées et publiquement débattues. (...) Le conseil de presse se veut aussi outil de régulation de l'activité journalistique. Un instrument indispensable en démocratie, qui existe d'ailleurs dans de très nombreux pays, et notamment le Québec et la Suisse. En France, il n'existe nulle part un lieu où citoyens et journalistes peuvent dire qu'une information a été mal traitée ou demander réparation (sans aller jusqu'aux tribunaux). Même la police a un comité d'éthique. Il n'est pas légitime qu'en démocratie la presse n'ait pas de compte à rendre.* »⁴¹

Cette association, outre un projet détaillé d'organisation d'un conseil de presse, a édité une synthèse de cinq codes de déontologie qui pourrait servir, selon ses propos, de « *socle de référence des journalistes en France* ». Là encore, bien entendu, il est question de vérification. Au chapitre de « la collecte de l'information », on peut lire :

« *(Le journaliste) s'attache avant tout à l'exactitude des faits. (...) La volonté de diffuser au plus vite ou en exclusivité une information ne doit*

³⁹ MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc, *L'information responsable. Un défi démocratique*, Paris, Charles, Léopold Mayer, 2006, p. 19

⁴⁰ APCP, « qui sommes-nous ? », *Association de préfiguration d'un conseil de presse en France*, 2006. Disponible sur : <http://apcp.unblog.fr/qui-sommes-nous/> (page consultée le 27 juillet 2016).

⁴¹ APCP, « Pourquoi un conseil de presse en France », *Association de préfiguration d'un conseil de presse en France*, 2007. Disponible sur : <http://apcp.unblog.fr/pourquoi-un-conseil-de-presse> (page consultée le 27 juillet 2016).

l'emporter ni sur l'évaluation et la vérification des sources, ni sur le sérieux de l'enquête. (...) Le journaliste examine avec rigueur et vigilance critique les informations, documents, images, sons et prises de position qu'il collecte ou qui lui parviennent.... »⁴²

Ou encore, au chapitre du « traitement éditorial de l'information » :

« Le journaliste bannit l'approximation, l'invention, le mensonge, la rumeur. (...) Il recherche la vérité, cultive le doute en toute circonstance, notamment face à l'autorité, à l'assurance du grand nombre et au charisme individuel; avec arguments et preuves, il combat le scepticisme. »⁴³

Ce sont là quelques exemples qui traduisent le type de préoccupations qui parcourent une partie de la profession et qu'une instance de type « conseil de presse » pourrait garantir, alors que ce n'est pas le cas actuellement, si ce n'est, jusqu'à présent, au travers d'initiatives isolées au sein de médias (chartes de déontologie internes que proposait de développer le rapport Sirinelli) ou, à la marge, à l'échelle d'une catégorie de médias, avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

D'ores et déjà, existe, depuis 2012, en partie à l'initiative de l'APCP, un Observatoire de la déontologie de l'information (ODI), qui présente chaque année un rapport de ses travaux de veille et est organisé en groupes de travail autour, notamment, de l'exactitude de l'information, des conditions de production de l'information et des bonnes pratiques. Son objectif : « *la prise de conscience de l'importance de la déontologie dans la collecte, la mise en forme et la diffusion de l'information au public.* »⁴⁴ Il emploie d'ailleurs les termes « vérifier », « vérifiable », « vérification » pas moins d'une trentaine de fois dans les 87 pages de son rapport 2016 destiné à lister les principaux manquements observés dans les médias français au cours de l'année 2015. Mais son action reste extrêmement limitée à l'observation et au

⁴² APCP, « Travail de synthèse à partir de cinq codes déontologiques faisant référence en France », *de préfiguration d'un conseil de presse en France*, 2012, p. 2 Disponible sur : <https://www.mediaticites.fr/wp-content/uploads/2017/07/Synth%C3%A8se-APCP-Annexe-de-la-Charte-de-Mediaticites.pdf> (page consultée le 27 juillet 2016).

⁴³ *Ibid.*, p. 3

⁴⁴ ODI, « Genèse de l'Observatoire de la déontologie de l'information », Observatoire de la déontologie de l'information. Disponible sur : <http://www.odi.media/wp-content/uploads/2014/10/La-Genèse-de-IOI-8oct14.pdf> (page consultée le 27 juillet 2016).

recensement de ces manquements, sans réelle tribune grand public pour les exprimer, en dehors des Assises internationales du journalisme et de l'information organisées chaque année par l'association Journalisme et citoyenneté. Rien d'officiel donc.

Aucun code commun ni de charte susceptible de faire consensus (alors que les cinq textes les plus cités par les professionnels eux-mêmes se ressemblent tous et se copient), une absence de conseil de presse (bien qu'une association de préfiguration existe depuis une dizaine d'années) et, enfin, un Observatoire dont les travaux sont reconnus mais ne disposent d'aucun écho dans l'opinion... À l'évidence, la vérification de l'information, comme toutes les autres règles professionnelles et déontologiques, n'est pas foncièrement garantie aux consommateurs de médias en général. Sans qu'il y ait, à ce jour, de raison objective à cela.

Cette situation génère de vives critiques, parfois, des observateurs et chercheurs qui veulent décrire les dysfonctionnements de la presse en France et le faible taux de confiance que placent parfois en elle les citoyens (voir chapitre 5). Aussi peut-on s'interroger, avec Yves Agnès qui demande, face aux « *erreurs, inexactitudes, approximations quotidiennes* » et autres fautes : « *Comment une profession sans charte déontologique nationale, reconnue par tous et sans instance d'éthique capable d'indiquer les bonnes pratiques, de servir de boussole, pourrait-elle se réformer ?* »⁴⁵ L'universitaire Patrick Charaudeau va plus loin. Tout en admettant les contraintes de fonctionnement de ce qu'il appelle « la machine médiatique », il interroge et critique son éthique, voire en dénonce sévèrement les anomalies :

« *Non seulement il n'existe pas de véritable comité des sages ayant un réel pouvoir de sanction comme c'est le cas dans le corps médical, mais le système d'autorégulation fonctionne en sens inverse : plus il y a manquement à la règle (c'est-à-dire transgression), plus, selon le principe de saillance, est assurée la captation du public.* »⁴⁶

À l'évidence, de nombreux exemples de traitements de l'actualité réalisés sans suffisamment d'attention portée, notamment, à la vérification de l'information, sont faciles à rappeler. Ne serait-ce qu'à l'occasion des attentats terroristes qui ont touché

⁴⁵ AGNÈS Yves, *Manuel de journalisme*, op. cit. p. 33

⁴⁶ CHARAUDEAU Patrick, *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, Bruxelles, De Boeck, 2011, p. 226

la France depuis 2015. Ces manquements ont parfois permis aux médias qui en étaient les auteurs de prendre l'antenne plus tôt que leurs concurrents, de publier des informations en ligne plus rapidement que leurs confrères, etc. C'est ce qu'a, par exemple, dénoncé le Conseil supérieur de l'audiovisuel le 12 février 2015, dans un communiqué :

« Le Conseil a considéré qu'en désignant une personne comme étant l'un des terroristes recherchés par les autorités, même en entourant cette information de certaines précautions, les chaînes BFM TV, France 2, i>Télé, LCI et TF1, ont non seulement manqué de mesure dans le traitement de l'enquête, mais encore pris le risque d'alimenter les tensions dans la population à partir d'une allégation qui s'est révélée inexacte. »⁴⁷

Toutefois, s'il a mis en garde ces cinq chaînes de télévision « *contre le renouvellement de tels manquements* », cet avertissement n'a pas toujours empêché ces médias de reproduire certaines erreurs lors des épisodes terroristes qui ont suivi, tant les impératifs du suivi en direct de tels événements les poussent à prendre le risque de se tromper.

Cette difficulté de la profession à garantir les règles déontologiques et les fondements professionnels du journalisme explique en partie que la vérification n'est pas aujourd'hui garantie en matière journalistique. Elle reste toutefois, pour beaucoup de professionnels, un incontournable pour atteindre un idéal de vérité dans l'information des citoyens. Un idéal qui lui aussi, d'ailleurs, fait débat.

1.2.2. Une quête de vérité remise en cause

Si vérifier est aujourd'hui et de longue date un véritable commandement en matière de journalisme, il reste – outre l'absence d'instance de régulation ou d'observateurs dûment habilités pour signaler les manquements (*cf. supra*) – un obstacle majeur à sa mise en œuvre. Non pas un obstacle technique, mais un obstacle philosophique, lié au concept même de vérité, que certains continuent de se donner comme objectif d'approcher, quand d'autres ont totalement renoncé à le prendre en considération. Et

⁴⁷ CSA, « Traitement des attentats par les télévisions et les radios : le Conseil rend ses décisions », *Conseil supérieur de l'audiovisuel*, 12 février 2015. Disponible sur : www.csa.fr/Espace-Presses/Communiqués-de-presses/Traitement-des-attentats-par-les-télévisions-et-les-radios-le-Conseil-rend-ses-décisions (page consultée le 27 juillet 2016)

ce, bien que les chartes déontologiques y fassent allusion. Pourquoi une telle divergence de vue sur cette question en lien avec la nécessité de vérifier l'information ?

Peut-être parce que coexistent, dans le journalisme, plusieurs conceptions du métier, en particulier en fonction des cultures journalistiques. À titre d'exemple, le rigoureux travail des Américains Bill Kovach et Tom Rosenstiel les a conduits à établir que « *la première obligation du journalisme est le respect de la vérité* »⁴⁸ ; tout en tentant de parvenir à « *une forme pratique ou fonctionnelle de la vérité* » qui n'est pas « *la vérité au sens absolu ou philosophique du terme* », mais davantage « *un processus, un voyage permanent vers la compréhension des faits* »⁴⁹. La Charte d'éthique professionnelle des journalistes déjà citée (SNJ, version 2011), en France cette fois, n'évoque jamais la notion de « vérité » (contrairement à la Charte de Munich⁵⁰). Elle ne le fait qu'en creux, à travers le passage qu'elle consacre à ce que le journaliste digne de ce nom « *tient pour les plus grave dérives professionnelles* ». Elle cite alors, non pas l'éloignement de la vérité, mais, entre autres, comme nous l'avons vu, « *la déformation des faits, le détournement d'images, le mensonge, la manipulation, la censure et l'autocensure, la non vérification des faits* »⁵¹.

On peut même rapprocher ce postulat de quête de vérité de celui de la sacralité des faits : les faits sont sacrés, mais les commentaires sont libres, résume-t-on parfois dans les écoles de journalisme, tout particulièrement en Amérique du Nord. Se fait jour, à travers cela, une sorte de conflit entre, d'une part, une approche positiviste, qui voit dans le journalisme la possibilité de traiter scientifiquement les faits et qui intègre volontiers les notions de réalité, vérité, objectivité, neutralité, etc. et, d'autre part, une approche constructiviste. Cette dernière admet un traitement journalistique fruit de choix éditoriaux, sélectif et finalement reflet de la réalité et de la vérité biaisée. Fabien Nkot et Charles Moumouni l'ont montré clairement dans un article qui

⁴⁸ KOVACH Bill et ROSENSTIEL Tom, *Principes du journalisme. Ce que les journalistes doivent savoir et ce que le public doit exiger*, Paris, Gallimard, 2004, p. 18

⁴⁹ *Ibid.*, p. 73 et 76

⁵⁰ Selon elle, le premier des « *devoirs essentiels du journaliste dans la recherche, la rédaction et le commentaire des événements* » est de « *respecter la vérité, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître la vérité* ».

⁵¹ SNJ, « *Charte d'éthique professionnelle des journalistes* », *op. cit.*

questionne, justement, la sacralité des faits et dans lequel ils citent Karl Popper, à propos de la connaissance que nous avons du réel, qui n'est ni absolue ni totale : « Elle n'atteint pas l'essence des choses, mais cherche à approcher la réalité par approximations successives.⁵² » Cette thèse a son importance, là encore, pour la suite de notre étude sur le fact-checking, dont les auteurs sont souvent contestés pour leur prétention à livrer la vérité des faits à travers leur vérification. Or, comme le résumait Nkot et Moumouni :

« La science, encore moins le journalisme, ne peut prétendre parvenir au cœur du réel ou reproduire la réalité telle qu'elle est. (...) Sélectionner, hiérarchiser et mettre en forme les faits, c'est forcément les construire. Devenus ainsi relatifs, les faits peuvent difficilement conserver leur caractère sacré une fois qu'ils sont passés par le mécanisme de traitement journalistique. Du moins, le journalisme ne peut s'exercer comme une science qui se contenterait simplement de décrire le monde tel qu'il est. (...) Le doute raisonnable sur la possibilité d'appréhender totalement les faits l'invite simplement à plus de recul. Il commande que le journaliste se départisse du confort paresseux de certitudes trop ancrées et qu'il soumette systématiquement au crible du doute cartésien les faits qu'il perçoit directement par ses sens ou ceux qu'il reçoit de sources intermédiaires. Cela implique qu'il accorde plus de temps à l'enquête, à la vérification de ce qu'il croit savoir. »⁵³

En la matière, nombreux sont les professionnels et/ou observateurs attentifs, parfois chercheurs, qui y vont de leurs suggestions afin de résoudre cette équation au cœur d'un réel malentendu entre les journalistes et les citoyens qu'ils sont censés informer. Car il est difficilement tenable de laisser les uns proposer le fruit d'un travail le moins mal réalisé possible, fait d'« approximations successives »⁵⁴, selon l'expression de Popper, quand les autres, qui ignorent souvent trop les conditions de travail particulières des premiers, attendent ni plus ni moins que la vérité, issue

⁵² POPPER Karl, *La logique de la découverte scientifique*, Paris, Payot, 2007.

⁵³ NKOT Fabien et MOUMOUNI Charles, « De la tentation positiviste au déterminisme constructiviste de la pratique journalistique : les faits sont-ils sacrés ? », *Les Cahiers du journalisme*, 13, 2004, p. 20-21

⁵⁴ POPPER Karl, *La logique de la découverte scientifique*, Paris, Payot, 2007.

d'informations vérifiées. C'est ainsi que l'on croise, sous la plume d'un Jean-Luc Martin-Lagardette, plusieurs pistes complémentaires pour concilier vérité et journalisme. À commencer par l'assimilation de la vérité à un processus dynamique que l'on peut potentiellement enrichir, amender, voire contredire ultérieurement (vérification a posteriori). Puis une distinction entre vérité de fait et vérité de jugement ou d'opinion, la première pouvant être vérifiée sur le terrain, tandis que la seconde est liée à l'interprétation de la première.⁵⁵ Mais cet auteur a aussi pensé la notion de « *journalisme responsable* », « *fidèle aux faits et juste dans son élaboration* », et de « *démarche véritale* » :

« *Ce néologisme désigne une expression publique pour laquelle son rédacteur s'est engagé à respecter, à l'instar de la démarche scientifique, un certain nombre d'exigences nécessaires, lui permettant d'affirmer qu'il a été le plus objectif possible et qu'il a élaboré une information ayant le plus haut degré de vérité possible, dans la mesure de ses moyens. (...). La démarche véritale, précisons-le, se dote d'une obligation de moyens et non de résultat. (...) (Le public), d'ailleurs, doit être formé pour comprendre que la vérité journalistique est toujours relative, partielle, évolutive.* »⁵⁶

Une telle explication a le mérite de vouloir clarifier les rapports entre les journalistes et le public et en finir avec ce qui constituerait un mythe : un journalisme, relais de la vérité. Bien d'autres auteurs ont d'ailleurs étudié cette même question, comme Daniel Cornu, dans son ouvrage *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*. Ce journaliste-formateur suisse y adopte, au terme de son travail, les termes moins radicaux de « *vérités du quotidien* » et de « *vérités de fait* »⁵⁷, partielles, subjectives, volontiers soumises à une argumentation discursive, à propos des informations transmises par le journaliste. Et non pas de vérité dans son acception la plus absolue. Ce que décrit en d'autres termes, l'universitaire canadien Marc-François Bernier, lorsqu'il préfère évoquer des « *fragments de vérité* » et décrit la vérification comme l'un des éléments tangibles pour tenter d'approcher au plus près la vérité :

⁵⁵ MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc, *Décryptez l'information*, Toulouse, Dangles, 2014, p. 32

⁵⁶ MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc, *Le guide de l'écriture journalistique*, op. cit., p. 192-193

⁵⁷ CORNU Daniel, *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*, op. cit., p. 475

« Il est exigé du journaliste qu'il communique correctement, sans parti pris inavoué, de façon compréhensible, rigoureuse, équitable et honnête les fragments de vérité auxquels il aura eu accès au terme d'entrevues, de recherches documentées, de rencontres fortuites et de vérifications rigoureuses. (...) (La vérité en journalisme) est un discours vérifiable sur le réel. Certes, le travail journalistique implique une reconstruction, une narration, un récit des faits observés ou des propos entendus et il faut admettre que cela implique une certaine déformation du réel. Mais le discours tenu, les affirmations diffusées, les propos publiés et attribués doivent être vérifiables par un tiers. »⁵⁸

La vérification est donc bien au cœur du processus journalistique qui doit tendre vers la vérité. Elle est une étape indispensable pour prétendre livrer des informations les plus fiables possibles à son lecteur, auditeur, téléspectateur. Plus ces informations cumulent de fragments vérifiables, plus elles sont en mesure de s'approcher de la vérité journalistique des situations et événements décrits. Marc-François Bernier fait d'ailleurs reposer cette vérité journalistique sur quelques conditions évidentes, des *« normes professionnelles récurrentes dans les textes déontologiques »* :

« Le plus souvent liées au raisonnement logique, à la méthodologie, à l'argumentation rationnelle, à la justesse des titres, à l'exactitude des citations et à la rectification des erreurs, la rigueur et l'exactitude ont la double fonction de guider concrètement le journaliste dans l'exécution quotidienne de son travail tout en garantissant la qualité de l'information destinée au public. »⁵⁹

On le voit, la vérification de l'information est intimement liée au concept de vérité ou, tout du moins, au concept moins absolu de vérité journalistique. Ce que dit également Michel Mathien lorsqu'il indique que le premier devoir du journaliste demeure toujours celui de la vérité, traduite par *« la vérification de l'information jusqu'à sa certitude »⁶⁰*.

⁵⁸ BERNIER Marc-François, « Une vision systémique de la vérité en journalisme », *Les Cahiers du Journalisme*, 13, 2004, p. 124

⁵⁹ BERNIER Marc-François, « Une vision systémique de la vérité en journalisme », *op. cit.*, p. 128

⁶⁰ MATHIEN Michel, « De la raison d'être du journaliste », *Communication et langages*, 98, 1993, p. 71

CHAPITRE 2. UN ENVIRONNEMENT PLUS OU MOINS PROPICE A LA VERIFICATION

2.1. L'accélération du rythme médiatique

2.1.1. Tout, tout de suite et pour tous les médias

Nous ne reviendrons pas ici sur l'histoire des techniques et technologies qui, en un siècle et demi, du télégraphe au téléphone fixe puis mobile, de l'industrialisation de l'impression au développement de la radio, la télévision, puis l'Internet et désormais des applications et des réseaux sociaux, ont progressivement fait basculer les journalistes dans une ère d'instantanéité et d'immédiateté. Eux dont l'objectif a toujours été de délivrer les nouvelles le plus rapidement possible⁶¹ – si possible les premiers – afin de satisfaire leurs lecteurs / auditeurs / téléspectateurs ont aujourd'hui entre les mains des outils qui leur permettent de transmettre les informations dont ils disposent sans délai, en temps réel, au fur et à mesure qu'ils les apprennent et les recueillent, comme dans le grand direct permanent d'une chaîne d'information en continu. Certes, l'accélération du temps médiatique ne date pas d'hier (*cf.* les pigeons voyageurs de Charles-Louis Havas et Paul Julius Reuter en 1849) et est le fruit de longs processus liés aux progrès de la technique et de la technologie : la « *synchronisation du monde* » remonte à la deuxième moitié du XIX^e siècle⁶². Mais il est évident que le journalisme à l'ère numérique connaît des bouleversements d'une rapidité sans précédent.

Un temps dépassée par les médias de l'immédiateté que pouvaient être la radio et la télévision, la presse écrite est entrée elle aussi, depuis le début des années 2000 et l'apparition des premiers sites internet d'information en continu⁶³, dans l'ère de la

⁶¹ PALMER Michael, NICEY Jérémie, *Lexique subjectif de l'homme informant*, Paris, Éditions de l'Amandier, 2011, 328 p.

⁶² RIEFFEL Rémy, *Que sont les médias ?*, *op. cit.*, p. 95

⁶³ Les premiers sites de médias ont été créés à compter de 1995 mais n'étaient pas actualisés en continu.

transmission instantanée des nouvelles. Et ce sont finalement tous les médias traditionnels (presse écrite, radio, télévision) qui sont entrés en concurrence frontale à l'heure d'Internet. Tous, quel que soit leur canal d'origine (nous excluons ici les *pure-players* qui, lors de leur création sur Internet ont souvent choisi le *slow journalism*), ont leur site, tous communiquent via leurs applications mobiles et les réseaux sociaux (qui alertent le public qui les suit) sur ce qu'ils mettent en ligne sur leur site, etc. Cela, alors même qu'ils connaissaient déjà une concurrence accrue du fait de la multiplication des canaux de télévision : depuis l'apparition du câble puis des nouvelles chaînes de la télévision numérique terrestre (TNT), à compter du milieu des années 1990, certaines, comme *Euronews* ou *LCI*, ont dédié leur activité à l'information en continu.

En somme, ce sont les temporalités propres à chaque média qui disparaissent, dans ce phénomène généralisé de « convergence des médias ». L'hebdomadaire qui se donnait une semaine (au moins) pour travailler, le quotidien qui avait systématiquement 24 heures devant lui pour remplir ses pages, la radio qui délivrait ses flashes et bulletins à heures fixes, la télévision qui soignait une à deux grand-messes d'information chaque jour (dont le 20 Heures)... Tous ces médias ont basculé, en quelques années, avec le pendant web de leur outil de diffusion habituel, dans l'ère du bouclage permanent. Ce que décrit très bien Alain Joannès lorsqu'il évoque la déstructuration qu'a apporté Internet, avec son « *rythme asynchrone, syncopé* » :

« Le tempo d'Internet est plus rapide, moins régulier, que celui des médias traditionnels. Il est syncopé dans la mesure où il peut imposer une actualité incontournable en dehors des temps forts que les médias traditionnels s'efforcent de perpétuer. »⁶⁴

Les médias ont aussi basculé dans l'ère de l'accès permanent à des données plus nombreuses – informations, mais aussi rumeurs, mensonges, contre-vérités – et mondialisées (« village global »), issues de sources toujours plus variées et donc, de fiabilité moins maîtrisée. Car ces mêmes canaux, qui permettent la diffusion rapide de l'information livrée par les médias, sont ouverts à tout un chacun : ces centaines de millions de personnes, parfois témoins directs d'événements, parfois simples

⁶⁴ JOANNÈS Alain, *Le journalisme à l'ère électronique*, op. cit., p. 21

commentateurs, libres d'y déverser également leurs contenus d'information, de communication, de propagande ou même d'insulte, etc. peuvent créer autant de « médias », blogs, pages, sites, etc.

Davantage d'informations à trier, collecter, analyser, vérifier et transmettre d'une part ; davantage de médias et donc, vis-à-vis du public, une concurrence accrue d'autre part ; avec, entre les deux (les sources et les récepteurs), des outils et techniques médiatiques toujours plus nombreux et performants (au moins en termes de rapidité) pour transmettre les informations... L'équation que les journalistes du XXI^e siècle doivent résoudre n'a rien de très évident. En particulier, quand, dans le même temps, ces bouleversements fragilisent l'économie de leurs médias (*cf. infra* Sous partie 2.2). En effet, blogs et sites amateurs, outre qu'ils viennent gonfler (parfois inutilement) le flot d'informations à trier, noient le travail des journalistes et compliquent la reconnaissance et la valorisation de « *l'information-presse* »⁶⁵ et de sa plus-value professionnelle auprès du public.

Dans ce contexte, charge à eux, en professionnels de l'information justement, de faire prévaloir leurs savoir-faire, comme le préconise Yves Agnès :

*« Face aux non-professionnels qui ne peuvent assumer leurs responsabilités vis-à-vis du public, les journalistes doivent faire prévaloir leurs prérogatives : des faits vérifiés et présentés dans leur contexte, des articles relus par une hiérarchie compétente, des comptes à rendre aux lecteurs, un tri intelligent des nouvelles, une recherche permanente d'informations... tout un fonctionnement de la fabrication de l'information qui permet d'exhiber la fiabilité de celle-ci. »*⁶⁶

Là est toute la difficulté. Car sur plusieurs de ces aspects listés pêle-mêle comme devant garantir la particularité de l'information journalistique, nous allons voir que bon nombre de rédactions peuvent s'avérer en difficulté et ne pas parvenir à leurs fins. D'autant que les moyens manquent : la multiplication des canaux de diffusion pour chaque média et la concurrence accrue entre les différents médias ont fragilisé financièrement de nombreux groupes, en particulier de presse écrite. Les ressources

⁶⁵ WOLTON Dominique, « Journalistes, une si fragile victoire... », in MERCIER Arnaud (coord.), *Le journalisme*, Paris, CNRS, 2009, p. 50

⁶⁶ AGNÈS Yves, *Manuel de journalisme, op. cit.*, p. 30

ont diminué, qu'elles proviennent des abonnements et paiements au numéro ou bien de la publicité, dont les budgets ont été réaffectés vers le web avec un mode de rétribution défavorable aux médias. Or, les médias traditionnels, qui, dans une large mesure se sont rués vers la fourniture de contenus gratuits et à faible valeur ajoutée en ligne, misaient sur cette publicité ; ils souhaiteraient aujourd'hui faire machine arrière et faire payer leurs contenus journalistiques sur Internet, mais peinent à reconquérir un lectorat habitué à la gratuité.

Bref, sortir du lot dans un contexte de concurrence accrue et avec moins de moyens semble relever de la gageure. Patrick Champagne l'a très bien résumé dans cette formule :

« La contradiction majeure qui habite le fonctionnement du champ journalistique réside dans le fait que les pratiques journalistiques les plus conformes aux attentes des chartes du métier, sont loin d'être toujours les plus économiquement rentables. »⁶⁷

N'est-il pas plus facile, en effet, au sein de rédactions transformées en *newsrooms*, c'est-à-dire en plateformes d'information ultra-connectées, de nourrir un fil d'actu grâce au bâtonnage de dépêches d'agence en temps réel (*hard news*), que de consacrer du temps et de l'argent à un travail de vérification, enquête, hiérarchisation, etc. qu'on ne sait pas forcément valoriser et faire rétribuer à sa juste valeur ? D'autant qu'avant même la naissance d'Internet – tout particulièrement à partir des années 1980, mais peut-être même de tout temps – les journalistes ont eu du mal à assumer confortablement la complexe tâche qui était la leur, comme en témoignait, dès 1997 (les premiers sites Internet des principaux quotidiens français ont été lancés à partir de 1995), Thierry Watine :

« D'une façon plus générale les professionnels de l'information répondent invariablement à tous ceux qui les taxent d'être incapables de rendre justice à la complexité du monde qu'ils manquent de temps, d'espace et plus généralement de moyens pour atteindre le niveau de qualité que l'on attend d'eux. Les contraintes multiples qui pèsent sur leurs pratiques quotidiennes les obligent selon eux à travailler dans des conditions

⁶⁷ CHAMPAGNE Patrick, « La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique », in MERCIER Arnaud (coord.), *Le journalisme, op.cit.*, p. 134

souvent acrobatiques qui les empêchent d'aller au fond des choses, de comparer, de peaufiner et parfois même de valider. Combien de journalistes, malgré l'agacement que suscite inmanquablement pareil soupçon, ont-ils aujourd'hui (ou prennent-ils ?) le temps de vérifier leurs informations, de se faire relire par un collègue, de demander un avis extérieur avant de publier une information dont ils ne maîtrisent pas forcément tous les tenants et les aboutissants. »⁶⁸

2.1.2. De la difficulté de faire vite et bien

Que l'on ne se méprenne pas : à l'ère d'Internet, le journaliste n'a en principe pas plus de difficultés à vérifier ses informations. Il dispose au contraire d'un outil ultra-performant qui lui donne accès à des sources plus nombreuses que jamais. La difficulté qu'il rencontre ne provient donc pas de l'outil en lui-même, mais, comme souvent, de l'usage de cet outil. Difficile, en effet, pour un journaliste, de critiquer ce qu'on appelle parfois une « *surabondance informationnelle* » ou une « *infobésité* »⁶⁹, dans la mesure où la collecte d'un maximum d'informations sur un sujet donné est la base du métier et la garantie de vérifier, puis de livrer ensuite, une version de l'information la moins éloignée possible de la « vérité ».

Sauf que, pour ce faire, le journaliste doit disposer d'un environnement professionnel propice avec, essentiellement, du temps pour mener correctement à bien sa mission. À quoi bon, en effet, être surinformé, bombardé d'alertes sur l'écran de son ordinateur ou de son smartphone, en provenance d'institutions, de particuliers ou d'autres médias (que ce soit par mails, applications mobiles, réseaux sociaux), si l'on ne dispose pas de temps pour les trier, les analyser, les recouper, les vérifier ? Or, la course à l'info, au scoop et au nombre de vues sur Internet, qui est devenue la règle compte-tenu de la crise de modèle économique que subissent les médias, n'offre pas forcément cette opportunité aux journalistes.

Amandine Degand le montre très bien, dans son étude sur « Le multimédia face à l'immédiat », en relevant, à partir de ses observations dans des rédactions belges,

⁶⁸ WATINE Thierry, « Journalisme et complexité », *Les Cahiers du journalisme*, 3, 1997, p. 19-20

⁶⁹ RIEFFEL Rémy, « L'évolution des pratiques journalistiques », in LE CHAMPION Rémy (dir.), *Journalisme 2.0*, Paris, La Documentation française, 2012, p. 32

cinq pratiques journalistiques problématiques, liées aux risques de l'immédiateté : la compétitivité, via l'espionnage permanent de ce que publient et à quel moment, les concurrents ; le suivisme, quand il faut vite mettre en ligne une information – même non vérifiée – pour faire comme les concurrents ; la dépendance aux nouvelles, qui parviennent au journaliste à un rythme aussi répétitif qu'addictif ; le traitement superficiel des infos, avec du *rewriting* de dépêches sans en fouiller les contenus ; le travail dans l'urgence, qui impose la mise en ligne avant toute vérification. Ce qui amène la chercheuse à la conclusion suivante :

« Ces données empiriques montrent qu'en raison de la possibilité d'immédiateté, les journalistes n'ont plus systématiquement la possibilité matérielle de vérifier leurs informations. Cependant, ils ne vont pas jusqu'à négliger la vérité. Il s'agirait plutôt pour eux de la concevoir différemment, avec la conceptualisation d'une information « semi-vérifiée ». »⁷⁰

La très intéressante étude conduite auprès de 121 journalistes québécois par Judith Dubois, de l'université de Laval, sur le thème : « *Bouleversements médiatiques et qualité de l'information* », confirme également ce constat. Elle montre, certes, que les innovations technologiques sont l'un des deux seuls facteurs cités (sur sept au total, avec les rapports au public) comme ayant eu un impact positif sur la capacité des journalistes à produire une information de qualité. Mais elle indique aussi :

« Les professionnels interrogés ont été nombreux à souligner la réduction du temps dont disposent les journalistes pour faire leur travail et ce, en raison autant des transformations liées aux ressources disponibles, aux innovations technologiques et à la propriété des médias, qu'avec celles liées aux conditions de travail, aux rapports au public et aux politiques internes. Le commentaire d'un des journalistes à cet égard, est très représentatif des points de vue exprimés : (...) « L'impératif de rapidité d'exécution pour produire l'information en temps réel, une réalité relativement nouvelle imposée par le web et les chaînes d'information continue, est devenu un dogme qui est en train de tuer le véritable

⁷⁰ DEGAND Amandine, « Le multimédia face à l'immédiat. Une interprétation de la reconfiguration des pratiques journalistiques selon trois niveaux », *op. cit.*, p. 6-7

journalisme, qui suppose au contraire un temps de réflexion, de recherche et de vérification des faits. » »⁷¹

Et cela vaut bien évidemment aussi pour les journalistes des rédactions « classiques » de l'avant Internet, qui sont de plus en plus souvent sommés de contribuer à alimenter les sites de leur journal, radio, télévision, dans le cadre de ce qu'on appelle un journalisme bi-média ou pluri-média. Pour eux aussi, le rythme s'est accéléré : *a minima*, les publications sur le site Internet sont devenues complémentaires de leurs tâches initiales ; mais parfois, elles sont devenues prioritaires. À charge pour ces professionnels de se plier à la règle du « web first », qui veut qu'une information exclusive n'attende plus le bouclage du « vieux » média et doive être diffusée au plus vite, en ligne. Ce qui ne va pas sans heurts au sein des équipes « historiques » bien évidemment.

Car, dans ces bouleversements des salles de rédaction, entre en jeu, également, un aspect générationnel. En effet, ce sont bien des jeunes journalistes qui sont principalement recrutés pour constituer les *newsrooms* des médias et, plus rarement il faut le dire, des journalistes chevronnés (même s'ils doivent de toute façon collaborer). Ces plus jeunes journalistes sont en effet mieux formés sur les outils du web, qu'il s'agisse des CMS (*content management systems* : interfaces d'administration de site), des outils de veille informationnelle, des réseaux sociaux, etc. En tout cas, ils sont plus à l'aise, en tant que *digital natives* et/ou jeunes diplômés d'écoles de journalisme (qui ont adapté leurs cursus) avec les codes et usages de ces outils. Techniquement à l'aise, donc, on leur confie volontiers les clés de l'information en continu sur les sites des principaux médias, qui souvent consiste à nourrir un fil d'actu grâce au bâtonnage de dépêches d'agence, voire d'autres articles (journalistiques ou non) mis en ligne ailleurs, lorsque ce n'est pas la reprise de tweets ou d'images issus de témoins, dans des lieux et événements pour lesquels il n'y a pas d'autres sources crédibles. Ainsi, comme l'observe Rémy Rieffel, « *le journalisme*

⁷¹ DUBOIS Julie, « Bouleversements médiatiques et qualité de l'information. Enquête auprès de 121 professionnels de l'information québécois », *Les études de communication publique*, 2016, 20, p. 47-48

d'agrégation, de reprise et de récupération, remplace peu à peu le journalisme d'investigation. »⁷²

Ces jeunes professionnels, qui ne sont pas encore aguerris aux méthodes de vérification, sont prêts à accepter un travail de desk, de journalisme assis, que leurs confrères plus expérimentés jugent parfois aller à l'encontre des nécessités de leur métier, encore tourné vers l'enquête de terrain et la rencontre des sources. Un travail moins bien rémunéré aussi, souvent (pas seulement pour des questions d'ancienneté), car les médias ont souvent souhaité créer ces rédactions à moindre coût, alors qu'elles ont dû se dédoubler sur le web au moment où leurs recettes (de publicité et de vente) diminuaient fortement. Et un travail pour lequel sont imposées des règles de productivité (production de contenus à la chaîne) et de choix éditoriaux liés au référencement des sites par les principaux moteurs de recherche (Google essentiellement⁷³). Un journalisme, non plus de l'offre, mais de la demande, qui sombre très vite dans l'AFP-dépendance, tant il faut relayer au plus vite les actualités auxquelles le public serait tenté d'aller s'intéresser ailleurs.

Cette dépendance est d'ailleurs risquée sur le plan de l'originalité éditoriale (même information partout), comme sur le plan de la fiabilité de l'information, ce qu'ont montré les dépêches au contenu inexact, lors de l'annonce de la mort de Martin Bouygues en février 2015 et de l'acte héroïque d'un buraliste parisien lors des attentats de Nice en 2016 notamment, reprises dans de nombreux médias, pas seulement en France.

Or, rendre son média visible sur le numérique, ce n'est pas forcément délivrer l'information la plus sérieuse, la plus originale et la mieux vérifiée possible, ni citer les sources les plus fiables et encore moins attester d'une présence sur le terrain. Il s'agit plutôt, compte tenu des règles de SEO (*Search engine optimization* ou optimisation pour les moteurs de recherche, une fonction occupée par des professionnels dans toutes les rédactions web désormais) appliquées actuellement, de publier sur un maximum de sujets, au bon moment, des articles qui contiennent les

⁷² RIEFFEL Rémy, « L'évolution des pratiques journalistiques », in LE CHAMPION Rémy (dir.), *Journalisme 2.0*, Paris, La Documentation française, 2012, p36

⁷³ SIRE Guillaume, *Les moteurs de recherche*, Paris, La Découverte, 2016.

Et GOMEZ-MEJIA Gustavo, NICEY Jérémie, VAEZI Shabnam (dir.), « Les pouvoirs éditoriaux de Google », *Communication & Langages*, n°188, 2016.

mots-clés les plus recherchés par les internautes, quelle que soit la pertinence de leur contenu. Les rédactions mesurent d'ailleurs les effets de ces stratégies en temps réel : elles sont équipées de logiciels d'analyse de la fréquentation de chaque page de leur site web en temps réel, comme Chartbeat ou d'autres. Ce qui, comme le constate Alice Antheaume, est tout bonnement « contraire à ce que l'on enseignait jusqu'à présent »⁷⁴. Même chose sur les réseaux sociaux, à travers lesquels une rédaction cherche à valoriser son article et à attirer des lecteurs pour son site Internet via des sujets racleurs aux titres incitatifs. Plusieurs professionnels, parmi ceux que nous avons interrogés, parlent de sujets « *putes à clics* ». Nicola Bruno, dans sa formule : « *Tweet first, verify later* » explicite ainsi cette tendance :

*« Toutefois, même si le cycle d'information en 1 440 minutes facilite l'intégration des contributions de journalistes citoyens (en particulier dans des formats dynamiques tels que les live-blogs), il est vrai qu'une telle accélération érode les standards journalistiques de fiabilité et de vérification de l'info. A minima dans quelques cas particuliers, The Guardian et CNN choisissent la vitesse plutôt que la vérification pour diffuser leur information. L'approche du « tweetez d'abord, vérifiez plus tard » permet de diversifier les sources et d'enrichir la couverture des événements. Mais cette stratégie semble aussi très dangereuse pour l'une des règles d'or du journalisme : chaque information doit d'abord être vérifiée. »*⁷⁵

C'est aussi ce qu'a montré le journaliste spécialiste de la vérification Craig Silverman, dans un rapport réalisé en 2015 pour le Tow Center for Digital Journalism de Columbia, aux États-Unis. Un rapport intitulé « *Lies, Damn Lies, and Viral Content: How News Websites Spread (and Debunk) Online Rumors, unverified, Claims, and Misinformation* » et qui a vocation à la fois à donner des clés aux

⁷⁴ ANTHEAUME Alice, *Le journalisme numérique*, op. cit., p. 12

⁷⁵ « However, even if the 1440-minute news-cycle facilitates the integration of citizen journalist contributions (particularly in dynamic formats such as the Live Blog), it is also true that a similar acceleration is eroding the journalistic standards of the reliability and verification of the news. (...) At least in a few specific instances, The Guardian and CNN chose speed versus verification for spreading their information. The "tweet first, verify later" approach is a great help for source diversification and leads to richer coverage. But this strategy also seems very dangerous for one of journalism's golden rules: each news story must be verified first. »

BRUNO Nicola, « Tweet first, verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events », *Reuters Institute for the study of journalism*, 2011, p. 66

journalistes pour effectuer un meilleur travail de vérification en ligne et à la fois, bien sûr, à établir un constat sur les usages du web dans la majorité des médias américains. Son constat, établi à partir de sept mois d'enquête, d'entretiens et d'analyse du parcours médiatique de fausses informations notamment, est alors sans appel :

« Les sites d'information consacrent beaucoup plus de temps et de ressources à propager des déclarations douteuses et souvent fausses qu'à vérifier et/ou démystifier les contenus viraux et les rumeurs diffusées en ligne. Plutôt que d'agir comme des sources d'information fiable, les médias en ligne promeuvent souvent la désinformation dans le but de générer du trafic et du buzz sur les réseaux sociaux. »⁷⁶

Lorsque leur travail avec Internet, comme sur les réseaux sociaux, se limite à cela, les journalistes s'éloignent donc fortement d'un certain nombre de valeurs qui constituent leur métier. Dont la vérification, cela va sans dire. D'autant que dans ces *newsrooms*, le circuit de la copie par exemple, pour employer un vocabulaire propre à la presse écrite, s'est très largement modifié. Dans le journalisme *print*, le nombre important de relectures successives est resté longtemps un gage de qualité des publications. Là, on publie quasiment instantanément, après éventuelle validation d'un seul et unique supérieur hiérarchique. Et l'info brute est déjà livrée, avant cela, sur les réseaux sociaux. Non sans quelques accidents dus à des informations inexactes, parfois inexistantes. D'ailleurs, si publier vite vaut mieux que publier juste, c'est également parce que l'article devient davantage un processus qu'un produit fini. Ce qu'explique le journaliste Laurent Mauriac :

« Il n'est plus une forme close sur lui-même, il devient un processus. À tout moment, un article sur l'Internet peut être modifié, mis à jour, enrichi. (...) Il peut arriver qu'un journaliste publie quelques lignes sur un sujet, puis qu'au fil de la journée, il y ajoute des informations. (...) l'article est publié, mais il n'est pas encore achevé. Les lecteurs posent

⁷⁶ « News websites dedicate far more time and resources to propagating questionable and often false claims than they do working to verify and/or debunk viral content and online rumors. Rather than acting as a source of accurate information, online media frequently promote misinformation in an attempt to drive traffic and social engagement. »
SILVERMAN Craig, *Lies, Damn Lies, and Viral Content: How News Websites Spread (and Debunk) Online Rumors, Unverified, Claims, and Misinformation*, Tow Center for Digital Journalism, 2015, p. 1

des questions, critiquent. Le journaliste doit encore répondre, parfois corriger ou enrichir son travail. »⁷⁷

Ou encore Alice Antheaume, dans son ouvrage consacré au journalisme numérique :

« Le principe consiste à écrire ce que l'on sait, au fur et à mesure, sans prétendre signer un texte définitif sur la question. Un même article se voit donc complété de citations, puis de phrases, qui vont devenir des paragraphes, ajoutés au fil de l'eau, autant de fois que les développements d'une actualité le requièrent, à la manière d'un work in progress permanent. Bref, entre le journaliste et son audience, la tendance est à « on se dit tout ! », y compris ce que l'on ne sait pas encore. »⁷⁸

De tels éléments expliquent la scission qui a parfois eu lieu au sein d'un même média entre les rédactions web à leur début et les rédactions historiques, qui refusaient de se voir mêler à ce qu'elles ont pu appeler les « *forçats de l'info* »⁷⁹, sommés de publier des articles à la chaîne, condamnés au rendement et également à la connivence avec l'audience. Des articles sans plus-value et sans autre finalité que de générer du trafic sur les sites web pour espérer obtenir des ressources issues de la publicité. Une stratégie qui n'a d'ailleurs pas fonctionné. Et qui change. Au moment où les principaux médias revoient leur modèle économique sur le web et envisagent de faire payer l'accès aux contenus, un journalisme plus traditionnel et plus « déontologique » pourrait y refaire son apparition.

D'ailleurs, il est notable que quelques *pure-players* d'information pionniers, créés par d'anciens journalistes issus de médias traditionnels justement, tels que *Mediapart* (Edwy Plenel, Laurent Mauduit) ou *Rue 89* (Pierre Haski), ont fondé, eux, d'emblée leur modèle sur du journalisme d'investigation et des faits complexes à vérifier (pour tirer leurs revenus de la vente d'informations à forte plus-value plutôt que de la publicité fondée sur le trafic de leur site web). Débarrassés de la contrainte de faire coexister deux supports distincts aux modèles économiques antinomiques, ils ont su

⁷⁷ MAURIAC Laurent et RICHE Pascal, « Le journalisme en ligne : transposition ou réinvention », *Esprit*, mars-avril 2009, p. 86-94

⁷⁸ ANTHEAUME Alice, *Le journalisme numérique*, op. cit., p. 123

⁷⁹ TERNISIEN Xavier, « Les forçats de l'info », *Le Monde*, 26 mai 2009. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2009/05/25/les-forcats-de-l-info_1197692_3236.html (page consultée le 25 septembre 2017).

tirer le meilleur parti du support web pour fabriquer le journalisme « traditionnel » qui leur tenait à cœur. Avec succès pour *Mediapart*. Signe que l'accélération du rythme de l'information n'est pas une fatalité sur Internet. Mais signe aussi qu'il n'y a que de trop rares exceptions⁸⁰ qui ont pour l'heure su faire d'Internet le lieu de création d'un journalisme à forte valeur ajoutée. Pourtant, comme le résume Aurore Gorius dans son ouvrage sur les nouvelles voies du journalisme d'enquête :

« Servir l'intérêt du public, favoriser la démocratie et le respect des valeurs humaines par la diffusion d'informations vérifiées et de faits établis, éclairer les citoyens : la fonction sociale du journalisme dépend directement de sa capacité à enquêter et à vérifier ses informations. »⁸¹

Pas de pessimisme toutefois dans ces propos, puisque cette journaliste inscrit au nombre des nouvelles voies du journalisme à l'heure du web ce qu'elle appelle « *la vérification musclée* » et le fact-checking. La « *circulation circulaire de l'information* »⁸² que décrivait Pierre Bourdieu, accentuée par le web, ne serait donc pas une fatalité.

2.2. La triple crise de la presse

2.2.1. Une crise structurelle : informer sans modèle économique viable

Avant de voir dans les outils numériques et Internet les ressorts d'un journalisme renouvelé et plein d'opportunités, il faut s'attarder un peu sur la structure économique du secteur des médias. Car ses particularités commandent bien entendu en grande partie les orientations stratégiques successives choisies par ses équipes dirigeantes. Et, en premier lieu, il n'est pas inutile de rappeler que la presse et les médias sont finalement sans cesse appelés à reconsidérer leur fragile équilibre économique, au fil des époques, à chaque fois qu'ils sont confrontés à de nouvelles innovations technologiques et techniques. Une gageure, alors que, de longue date également, ils

⁸⁰ Nous pouvons également évoquer les exemples d'autres médias *pure-players*, aux activités moins généralistes, comme *Brief.me*, *Les Jours*, *Arrêt sur Images*, *The Conversation*...

⁸¹ GORIUS Aurore, *Les nouvelles voies du journalisme d'enquête*, Paris, Alliance internationale de journalistes, 2014, p. 24

⁸² BOURDIEU Pierre, *Sur la télévision*, Paris, Raisons d'agir, 1996, p. 22

ne disposent généralement pas d'une aisance économique suffisante pour aborder chacune de ces évolutions avec sérénité.

Nous pouvons ainsi parler de crise structurelle, autrement dit une crise intimement liée au modèle économique des entreprises de presse. Ce qui est observé très nettement à compter de l'entre-deux guerres, alors que le journalisme se professionnalise, quand, déjà, le double financement de la presse écrite – vente aux annonceurs, vente aux lecteurs – montre ses premières limites. Cela, moins d'un siècle après avoir connu son âge d'or, celui des quotidiens en particulier⁸³. L'inflation des années 1920, la crise des années 1930, les revendications satisfaites des ouvriers du livre (création du Syndicat du livre en 1936) et des journalistes (statut créé en 1935), mais aussi la nouvelle concurrence de la radio, qui devient un média de masse, font ainsi partie des nombreux facteurs qui feront diminuer les recettes de l'industrie de la presse d'une part et augmenter ses coûts fixes de production d'autre part. Dès lors la presse peinera à trouver des modèles économiques viables, obligée tantôt d'augmenter plus fortement que dans d'autres pays ses prix de vente (quitte à détourner certains lecteurs quand d'autres moyens d'information s'offraient à eux), tantôt de faire appel à des capitaux extérieurs et/ou d'accepter des stratégies de concentration au niveau de plus grands groupes afin de réaliser des économies d'échelle.

La volonté de faire table rase du passé de la presse d'information générale, au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, a aussi, probablement, accentué ses difficultés à accéder à un modèle économique pérenne et autonome. C'est ce qu'avancent en tout cas plusieurs historiens spécialisés, quand ils rappellent, comme Gilles Feyel :

« Dans une ignorance volontaire des réalités économiques du marché de la presse, tout fut fait pour éliminer la concurrence commerciale : prix de vente unique imposé, organisation coopérative du marché du papier et de la diffusion, étatisation de l'Agence France-Presse, aides de l'État aux entreprises. »⁸⁴

⁸³ BALLE Francis, *Médias et sociétés*, Paris, Montchrestien, 2005, p. 31

⁸⁴ FEYEL Gilles, « Histoire des médias en France », in BERTRAND Claude-Jean, *Médias, introduction à la presse, la radio et la télévision*, Paris, Ellipses, 1995, p. 71

Certes, les ordonnances de 1944 et le nouveau régime des aides à la presse ne concernaient que les titres d'information générale et politique. Mais, on le sait, il sera plus tard largement élargi à de nombreuses catégories éditoriales, jusqu'à concerner près de 20 000 titres dans les années 2000 et dépasser le milliard d'euros : aides directes à la diffusion, à la modernisation, au maintien du pluralisme, à l'AFP, mais aussi aides indirectes via des facilités fiscales et postales. La presse est ainsi devenue un bien sous tutelle⁸⁵, sans être astreinte pour autant à de véritables contreparties. Ce qui ne l'a pas aidé à se moderniser, mais à compenser ses coûts avec des augmentations régulières de ses prix de vente par exemple. Et ce qui a amené des spécialistes à préconiser, en lieu et place de ces aides, un accompagnement financier, comme ici, en 2005 :

« Les journaux doivent en effet assurer réellement leur indépendance financière par une meilleure maîtrise de leurs coûts. Il semble bien que, si cet effort avait été réalisé dès le début, les entreprises de presse seraient aujourd'hui moins fragilisées par les chocs conjoncturels et structurels auxquels elles sont confrontées. »⁸⁶

Il faut dire qu'entre temps, la presse a connu plus d'un choc, à commencer par la forte ascension des médias audiovisuels. Après la radio dans les années 1920, la télévision, apparue dans les années 1950-1960, a non seulement donné accès gratuitement à une part d'information au plus grand nombre, mais elle a fini par grignoter, elle aussi, au moment de la création et de la privatisation de nouvelles chaînes, à compter des années 1980, des parts non négligeables du marché publicitaire. Avant que la presse gratuite d'information ne vienne, elle aussi, prendre des parts importantes du marché publicitaire (à compter de 2002 en France), tout en familiarisant le grand public avec la notion de gratuité de l'information imprimée.

Une situation qui se complexifie sans cesse, donc, puisque dans cette économie le prix de vente des journaux est le plus souvent inférieur à son coût de production (les coûts fixes étant particulièrement élevés comparés aux coûts variables de

⁸⁵ LE FLOCH Patrick et SONNAC Nathalie, *Économie de la presse*, Paris La Découverte, 2005, p. 17

⁸⁶ *Ibid.*, p. 80

(re)production)⁸⁷. Et que, de ce fait, les entreprises comptent presque toutes sur les annonceurs pour « subventionner » l'information, voire sa diffusion (dans le cas où la publicité devient suffisamment abondante pour permettre d'envisager la diminution du prix de vente)... Alors, quand les lecteurs ont l'embarras du choix, face à une offre médiatique pléthorique, et quand les recettes publicitaires se diluent entre des supports toujours plus nombreux, les journaux souffrent. Quelques crises économiques majeures s'ajoutant à cela, la situation est devenue propre à faire vaciller grandement la plupart des titres.

Il faut savoir qu'à compter des années 1950-1960, la presse d'information générale et politique n'a cessé de reculer en France, tandis que des titres aussi renommés que *France Soir* ou *La Tribune* ont, eux, carrément disparu des kiosques en décembre 2011 et janvier 2012. Entre 1946 et 2002, et même si en 2002 Internet n'était pas encore entré dans une phase très active en termes de consultation des sites de presse (il faudra attendre 2004 et le haut débit en France), le tirage moyen des quotidiens est passé de 15 à 9 millions d'exemplaires ; le nombre de titres (PQR et PQN comprises) a, quant à lui, régressé de 179 à 66 ! Le premier quotidien hexagonal, *Ouest-France*, n'arrive en 2002-2003 qu'à la dixième place du classement européen en tirage, derrière cinq titres anglais et deux titres allemands notamment. Et c'est cette même année que la presse imprimée s'octroie, pour la première fois de son histoire, moins de 50% du marché publicitaire médias⁸⁸.

Bien sûr, au gré de restructurations et de mouvements de concentration d'envergure (que l'État aura considérablement freinés au cours de l'histoire), certains titres seront relativement protégés ou obtiendront une sorte de sursis. Mais le rachat de la plupart des journaux et groupes de presse, notamment par des grands industriels de la Défense, de l'aéronautique, du bâtiment, de l'énergie, du luxe ou des télécommunications, aura été inéluctable. Il démontrait ainsi, sans d'ailleurs remettre en cause le système des aides de l'État à ces mêmes titres, que le modèle économique propre à l'industrie de la presse, ses 10 milliards d'euros de chiffre d'affaires et ses

⁸⁷ « Alors qu'un exemplaire de quotidien est vendu entre 0,90 et 1,40 €, son prix de revient est de 1,60 à 1,80 €, dont près de la moitié ne rentre pas dans les caisses de l'entreprise mais dans celles du circuit de distribution. » In EVENO Patrick, *La presse*, op. cit., p. 61

⁸⁸ BALLE Francis, *Médias et sociétés*, op. cit., p. 64

effectifs estimés à 100 000 personnes, n'avait, pour l'heure, pas pu surmonter ses tares structurelles. Tandis que, déjà, d'autres défis se présentaient à eux.

2.2.2. Une crise conjoncturelle : du gratuit au payant

Pour la première fois en 2010, le nombre de lecteurs de la presse en ligne sur Internet a dépassé, aux États-Unis, celui des journaux imprimés⁸⁹. Une situation qui se duplique, bien entendu, en Europe, et qui vient ainsi ajouter à la crise structurelle de la presse, une crise conjoncturelle aux très nombreuses implications. Ce que décrivent Nathalie Sonnac et Jean Gabszewicz :

« Internet bouleverse intrinsèquement les modalités de consommation, de fonctionnement et de production des biens, incitant les médias à évoluer dans un nouvel univers concurrentiel qui se caractérise par une mutation technologique, sociologique et économique. »⁹⁰

Cette mutation a en effet des répercussions qui dépassent le strict champ économique, puisqu'elles touchent aux modes de consommation des usagers des médias, eux-mêmes induits par l'émergence de nouveaux outils technologiques, qui favorisent en particulier la mobilité. Et cette mutation a la particularité d'être toujours en cours, ce qui, d'une crise d'abord envisagée comme conjoncturelle lorsqu'elle a débuté à la fin des années 1990, en fait une crise structurelle majeure de l'histoire de la presse et des médias. Avec des répercussions sur leurs contenus, tout particulièrement au moment où ils envisagent leur migration en ligne. À noter que cette migration, davantage perçue initialement comme une stratégie de complémentarité, a commencé, en France, avec les sites internet de *Libération* et du *Monde*, dès 1995.

Toutefois, comment aborder, à l'aube du XXI^e siècle, l'arrivée d'Internet et la mutation profonde des modalités de consommation des lecteurs qu'elle annonce alors que l'on est déjà un secteur en crise chronique, fragilisé économiquement et sans réelles capacités d'investissement⁹¹ ? Sans compter que certaines initiatives

⁸⁹ PEW RESEARCH CENTER, *State of the News Media*, Washington, Pew Research Center, 2011, p.

⁹⁰ SONNAC Nathalie et GABSZEWICZ Jean, *L'industrie des médias à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, 2013, p. 57

⁹¹ « S'agissant de la presse quotidienne et, plus généralement, le secteur de l'édition de journaux, celui-ci connaît depuis longtemps une très faible rentabilité. Ainsi, s'agissant de la seule rentabilité opérationnelle, c'est-à-dire le rapport entre l'excédent brut d'exploitation (EBE) et le chiffre d'affaires (CA), celle-ci n'a été en moyenne que de 3,4 % entre 1996 et 2005, ce qui paraît extrêmement faible pour ensuite payer les intérêts des emprunts, mener de nouveaux investissements et

audacieuses en termes d'investissements, imaginées dès 2000, vont pâtir de l'éclatement de la bulle Internet⁹². Une sorte de faux départ qui finalement freinera les ardeurs d'autres candidats à une stratégie Internet affirmée. Le tout, au moment même où, à compter de 2002, la presse imprimée doit faire face à la concurrence des titres de presse gratuite *20 Minutes* ou *Metro*.

Depuis le milieu des années 2000 et en seulement une dizaine d'années, ce sont de nombreux repères de la presse et des médias traditionnels qui vont ainsi disparaître. Ou plutôt être complétés, concurrencés et dépassés. La numérisation fait ainsi émerger de nouveaux acteurs de l'information, dits médias *pure-players*, ainsi que des agrégateurs de contenus, moteurs de recherche (ou réseaux sociaux particulièrement puissants, qui occupent bientôt des positions quasi-incontournables d'« infomédiaires »⁹³. Intermédiaires ou passerelles entre les médias et le public, ces derniers disposent de leurs propres modes de fonctionnement, de leurs propres stratégies, qui doivent être pris en compte par les médias, qui doivent intégrer une part de leurs exigences s'ils veulent atteindre efficacement leurs cibles et survivre financièrement.

Car ces nouveaux acteurs, qui, au passage ont pris des parts abondantes du marché publicitaire⁹⁴, sont désormais à l'origine de la majorité du trafic des sites des médias en ligne. Par ailleurs, ils ont rendu l'information particulièrement abondante et accessible facilement au plus grand nombre, ouvrant de larges fenêtres vers des contenus souvent gratuits. Puis, au moment de l'éclosion du Web 2.0, ils ont permis aux internautes de générer à leur tour leurs propres contenus et les ont eux aussi référencés efficacement, rendant la différenciation et la valorisation de l'information journalistique plus ardue encore. Aux médias de s'adapter donc, dans un contexte de

rémunérer les capitaux investis. De fait, on constate que, depuis 2002, le secteur de l'édition de journaux enregistre des pertes assez importantes, comprises entre 56 et 175 M€ chaque année. »

In TESSIER Marc et BAFERT Maxime, *La presse au défi du numérique. Rapport au ministre de la culture et de la communication*, Paris, La Documentation française, 2007, p. 26.

⁹² CHARON Jean-Marie, « Historique du journalisme en ligne », in DEGAND Amandine et GREVISSE Benoît, *Journalisme en ligne : Pratiques et recherches*, op. cit., p. 26

⁹³ REBILLARD Franck et SMYRNAIOS Nikos, « Les infomédiaires au cœur de la filière de l'information en ligne », *Réseaux*, 2010, 160-161.

⁹⁴ Aux États-Unis, selon bilan State of the news media 2016, du Pew Research Center, *Facebook, Google, Yahoo and Twitter* captaient à eux quatre quelque 56% de l'ensemble de la publicité en ligne (display).

numérisation de la société que certains experts assimilent, en termes de rupture, à l'invention de l'imprimerie.

La diffusion totale de la presse écrite (qui regroupe les ventes au numéro, les ventes par abonnements, et la diffusion à titre gratuit, à l'exclusion des invendus) a beau avoir stagné, toutes familles de presse confondues, autour de 7 milliards d'exemplaires annuels depuis le début des années 1990, elle a finalement décroché : moins 31% entre 2008 et 2012, sous le double effet de la crise économique et des évolutions technologiques en cours⁹⁵. L'historien Patrick Eveno indique qu'une des solutions privilégiées ailleurs en Europe, en Allemagne, en Angleterre ou en Suisse, pour sortir la tête de l'eau a été de tailler dans les coûts industriels pour privilégier le rédactionnel et maintenir une force de production de contenus, pour, dit-il, « *préserver ce qui fait l'essence de la presse, l'excellence éditoriale* »⁹⁶. D'autres voies sont explorées dans ces mêmes pays, comme la recherche de recettes supplémentaires ou complémentaires, via des opérations de croissance externe ou des lancements de nouveaux produits, tels des journaux gratuits. En France, comme ailleurs, la concentration s'avère l'une des voies privilégiées par les grands groupes, plus prompts à impulser des stratégies innovantes mutualisées.

Mais, partout, l'impact d'Internet a des répercussions importantes. En 2009, la presse américaine avait déjà perdu 24 000 de ses 200 000 journalistes, ainsi que la moitié de ses recettes publicitaires (certaines aspirées par d'autres supports, beaucoup envolées à la suite de la crise des *subprimes*, qui allait devenir mondiale)... Or, nous l'avons vu, sans recettes publicitaires d'une part et sans stratégie de vente de l'information au consommateur-lecteur de l'autre, il n'y a pas de réelle économie de la presse. *A fortiori* en France, où le régime très particulier des aides à la presse, comme le régime spécifique de TVA réduite (2,1% pour le papier contre 19,6% pour le numérique jusqu'en 2014), ne sont pas ouverts aux médias en ligne, ce qui peut créer une distorsion de concurrence. Comme l'expliquait le député Michel Françaix, en 2012, à propos de ce régime d'aide à la presse finalement peu favorable à l'innovation et à l'adaptation au numérique des groupes de presse :

⁹⁵ ANTOINE Dominique, BENHAMOU Françoise, EVENO Patrick *et al.*, *Rapport à Mme Aurélie Filippetti, ministre de la culture et de la communication sur les aides à la presse*, Paris, La Documentation française, 2013, p. 41-42

⁹⁶ EVENO Patrick, *La presse, op. cit.*, p. 118

« Le rôle des pouvoirs publics ne doit pas être d'empêcher, mais d'accompagner une mutation irréversible. Or, c'est malheureusement tout le contraire que fait notre système d'aides à la presse, avec la complicité d'éditeurs, dont l'attitude face au changement rappelle étonnamment la formule d'Edgar Faure : « L'immobilisme est en marche et rien ne saura l'arrêter ! ». »⁹⁷

Quand l'heure est au morcellement du marché publicitaire – voire à son effondrement dans le cadre de la crise économique – c'est donc du côté de la monétisation de l'information qu'il faudrait légitimement regarder. Toute la difficulté étant que les médias ont en très grande majorité misé d'emblée sur la gratuité de l'information délivrée en ligne. En France, les précurseurs ont inauguré leur présence en ligne avec la mise à disposition de fac-similés de leurs éditions papier. Puis, à la faveur des avancées technologiques et de l'émergence de nouveaux outils, ils ont enrichi ces contenus (*cf. infra*, section 2.3) pour développer une information plus interactive grâce au « *rich media* » (mélange de texte, photo, vidéo et infographie qui permet une approche multidimensionnelle et interactive de l'actualité). Mais cela en songeant principalement à réduire leurs coûts de production, grâce à des équipes réduites qui diffusent en ligne des contenus sans grande valeur ajoutée : la fréquentation importante des sites doit générer des revenus publicitaires suffisant pour financer le tout.

Mais ce principe de fonctionnement est remis en cause par la faible valorisation de la publicité en ligne. Quand les rédactions en ligne ne produisent plus que des articles « pièges à clics », elles perdent en crédibilité et ne se distinguent plus de la multitude des sites ou blogs non professionnels. Et elles finissent par perdre jusqu'aux lecteurs qui s'en remettaient au gage de sérieux et au repère conférés par leur nom, leur marque. C'est pourquoi nombre d'entre elles ont progressivement fait machine arrière pour envisager une valorisation équitable de leurs productions en ligne. En tentant de faire renaître, sur Internet, un consentement à payer pour une information dont il faut dans le même temps rehausser la qualité. Ce qui s'avère prudent, dans la mesure où

⁹⁷ FRANCAIX Michel, « Avis présenté au nom de la commission des affaires culturelles et de l'éducation sur le projet de loi de finances pour 2013 », Tome VI « Médias, livre et industries culturelles, presse », 252, 2012, p. 8
Disponible sur : <http://www.assemblee-nationale.fr/14/pdf/budget/plf2013/a0252-tVI.pdf> (page consultée le 25 septembre 2017).

les *digital natives*, ces générations de consommateurs nés avec les nouvelles technologies de l'information, pourraient bien, à terme, faire basculer le modèle de coexistence actuel des médias *print* et web vers un modèle de substitution de l'un à l'autre.

Reste à faire émerger le bon modèle économique, à même de monnayer les contenus informationnels des médias en ligne, le tout-gratuit étant aujourd'hui abandonné par la plupart des journaux. On distingue pour l'heure trois modèles alternatifs : le tout payant, qui reste somme toute peu répandu pour l'heure parmi les quotidiens, mais semble faire le succès d'au moins un *pure-player* (*Mediapart*) ; le *freemium*, qui associe une partie du contenu en accès libre (*free*) et une autre accessible uniquement par abonnement (*premium*) ; et, enfin, le *paywall*, qui, au-delà d'un accès libre à un nombre donné d'articles (au choix du lecteur), nécessite un abonnement pour continuer à consulter le site. C'est semble-t-il le *freemium* qui recueille la préférence des éditeurs pour tenter de tirer des ressources des contenus mis en ligne sur leur site web. Avec une issue bien difficile à prédire pour l'instant, tant sur leur santé financière que sur leurs contenus, comme l'ont résumé Couve et Kayser-Bril :

« Les business models qui se mettent en place sont multiples et, naturellement, le choix d'un modèle d'affaires n'est pas sans conséquence sur l'activité éditoriale et les conditions dans lesquelles elle s'exerce. Force est pourtant de constater que l'encadrement déontologique des nouvelles pratiques et/ou activités n'a pas fait l'objet d'une attention aussi soutenue que celle portée au modèle économique. »⁹⁸

2.2.3. Une crise finalement éditoriale

Les crises successives traversées par la presse et tout particulièrement celle qui est liée, au cours des quinze dernières années, aux usages du numérique, ont donc engendré ce que l'on pourrait qualifier de crise éditoriale. Nous ne reviendrons pas ici sur ce que nous avons évoqué à propos de l'accélération du rythme médiatique et de la difficulté, dans les rédactions, de délivrer vite et bien une information de qualité (sous-partie 2.1). Mais nous montrerons le lien qui existe entre les modes opératoires

⁹⁸ COUVE Philippe et KAYSER-BRIL Nicolas, *Médias, nouveaux modèles économiques et questions de déontologie*, Paris, Alliance internationale de journalistes, 2010, p. 30

décrits plus haut et les stratégies choisies par les médias pour contrer les crises successives. Et qui invite aujourd'hui certains experts et acteurs des médias (l'économiste Julia Cagé⁹⁹, le journaliste Edwy Plenel...) à plaider pour que le contenu informationnel puisse en partie échapper aux logiques économiques du secteur – jugées sans issues – pour être considéré comme « bien public ».

Car, c'est un fait, les rédactions, tout particulièrement les rédactions appelées à produire sur le web, ont largement fait les frais des stratégies de gratuité dans la diffusion des informations et de course aux clics et à l'audience, conduites par la plupart des équipes dirigeantes des médias. D'une part parce que la gratuité des informations mises en ligne, associée à leur profusion compte tenu de la multiplication des médias sur le web, a fait baisser la vente des journaux imprimés. D'autre part parce que la course à l'audience a eu tôt fait de montrer ses limites : le grand nombre d'articles à mettre en ligne pour capter les internautes ne s'est pas vraiment fait au profit d'un travail de qualité sur chaque article ; quand bien même ces articles étaient suffisamment qualitatifs pour ne pas décrédibiliser leur média, ils ont instauré chez le lecteur une culture de la gratuité d'accès à l'information ; et, finalement, ils n'ont plus réussi à capter de recettes publicitaires compte tenu de l'inexorable baisse des investissements des annonceurs dans ce domaine.

Concrètement, les rédactions se sont en partie vidées de leurs meilleures compétences journalistiques, au gré des renouvellements d'effectifs (quand ils ont eu lieu) et des départs dans le cadre de très nombreux plans sociaux et des ouvertures de clause de cession au moment des rachats (concentration). Nous pouvons citer, pour 2016-2017, 65 postes de journalistes supprimés à *L'Express*, une trentaine à *L'Obs*, les difficultés de *Marianne*, *CNews*, *LCI*, les restructurations des groupes Mondadori et Lagardère, etc.¹⁰⁰ Ainsi, les journalistes les plus aguerris laissent la place, en de très nombreuses occasions au cours des dernières années, à de jeunes professionnels immédiatement

⁹⁹ CAGÉ Julia, *Sauver les médias : capitalisme, financement participatif et démocratie*, Paris, Seuil, 2015, 115 p. Dans cet ouvrage, Julia Cagé promeut un nouveau statut de « société de média à but non lucratif », intermédiaire entre le statut de fondation et celui de société par actions, pour rendre les médias indépendants des actionnaires extérieurs, des annonceurs et des pouvoirs publics. Ils ne dépendraient que de leurs lecteurs, de leurs salariés et des internautes.

¹⁰⁰ CHARON Jean-Marie, « Baromètre social de l'emploi des journalistes en 2017 », présentation à l'occasion des Assises du journalisme et de l'information de Tours, du 14 au 17 mars 2017. Disponible sur : <http://www.journalisme.com/les-assises/les-bilans-des-assises/1734-le-barometre-social-2016-bilan-de-l-emploi-des-journalistes-en-2016> (page consultée le 21 septembre 2017)

opérationnels sur la mise en ligne d'articles multimédias. Les reporters laissent leur place à des journalistes de desk (journalistes assis), qui consacrent la majeure partie de leur temps à recopier ou *rewriter* des dépêches d'agence¹⁰¹ afin de faire paraître, dans les délais les plus courts (quelques minutes généralement), la dernière information tombée. Quant aux SR, les secrétaires de rédaction parfois appelés éditeurs, historiquement dédiés à la relecture, la correction, la titraille et aussi la double-vérification des contenus, leurs effectifs sont décimés dans la plupart des rédactions, au profit de systèmes rédactionnels de mise en page intégrés, que les rédacteurs eux-mêmes alimentent de A à Z, livrant des articles prêts à imprimer. Les correcteurs, eux, sont tout bonnement en voie de disparition. D'ailleurs, dans la partie web des rédactions, il n'y a, depuis l'origine, ni SR ni correcteurs. Le rédacteur va jusqu'à tenir lieu de rédacteur en chef de ses propres papiers.

Cette évolution est assez bien montrée dans l'enquête de la *Columbia Journalism Review*, consacrée, en 2010, aux magazines américains et à leur version en ligne. Où l'on voit que pour plus de la moitié des magazines (59%), les contenus originaux mis en ligne soit ne sont pas SRisés¹⁰² du tout (11%), soit sont moins SRisés que dans la version imprimée (48%). Et près de la moitié des magazines (43%) disent pratiquer moins de fact-checking en ligne (35%), voire pas de fact-checking du tout (8%).¹⁰³ Ce qui amène les auteurs à cette remarque :

« Cela signifie-t-il que les rédactions web sont moins attentives aux standards du journalisme traditionnel que leurs homologues ? Pas forcément. Beaucoup feront valoir, par exemple, qu'ils fact-checkent après coup, en corrigeant les corrections immédiatement sur le site quand une inexactitude est portée à leur connaissance. Certains pensent également que le monde en ligne, et la blogosphère en particulier, s'apparente davantage à un échange, une conversation qu'à un travail d'érudition ;

¹⁰¹ A ce sujet, il est intéressant de constater comment l'AFP a multiplié ses types de dépêches et d'autres produits, notamment audiovisuels, pour répondre aux nouvelles demandes de ses clients. Pour cela, voir LAGNEAU Éric, *L'objectivité sur le fil*, thèse de doctorat en science politique, Paris, Institut d'études politiques, 2010, 976 p.

¹⁰² Ce néologisme est tiré du vocabulaire employé dans les rédactions : un texte SRisé est un texte qui a été traité (coupé, corrigé, complété, titré, etc.) par un secrétaire de rédaction (SR). Il remplace ici le terme « copy-edited ».

¹⁰³ NAVASKY Victor et LERNER Evan, *Magazines and Their Web Sites, A Columbia Journalism Review survey and report*, New York, Columbia University, 2010, p. 13. Disponible sur : http://cjrarchive.org/img/posts/CJR_Mag_Web_Report.pdf (page consultée le 25 septembre 2017).

les standards journalistiques traditionnels sont par conséquent inappropriés. »¹⁰⁴

Il n'en demeure pas moins que les stratégies mises en place sur le web ont des conséquences significatives au regard des fondamentaux du journalisme que sont l'explication, l'investigation et la vérification de l'information. Si bien que, nous le verrons plus loin (chapitre 5), ces médias finissent par décrédibiliser l'ensemble de leurs contenus, qu'ils soient diffusés sur le web ou imprimés sur leur support historique, dans la mesure où tout est produit sous une même bannière, sous la même marque. Et c'est d'ailleurs la même chose pour les médias audiovisuels qui se sont dotés de sites Internet consacrés à l'information en continu. Dès 2011, une note d'analyse du Centre d'analyse stratégique à propos des manières d'ajouter de la valeur à l'information indiquait :

« La rédaction “web” repose sur une évidente contrainte de réactivité : l'information en continu pousse les rédacteurs à écrire des articles courts – 3 000 à 4 000 signes – incorporant des termes très explicites pour que l'article soit référencé au mieux par les moteurs de recherche. Le temps imparti à la vérification de l'information tout comme à la correction s'en trouve nécessairement réduit. (...) La difficulté est ainsi de préserver ce qui constitue le cœur de métier du journalisme tout en veillant à adapter la profession aux nouveaux impératifs de l'ère numérique. »¹⁰⁵

Il n'y a guère que quelques *pure-players* ou sites de médias spécialisés qui échappent à cette logique baissière en termes de cœur de métier journalistique : ceux qui valorisent leurs contenus et proposent depuis leur création un accès payant. Et se donnent donc les moyens de fonctionner et de livrer un contenu journalistique de qualité, fondé sur le principe de l'offre et non pas de la demande. *Mediapart* ou *Arrêt sur Images*, sont les deux *pure-players* régulièrement cités en exemple à ce propos.

¹⁰⁴ « Does that mean that Web people care less about traditional journalistic standards than their print counterparts? Not necessarily. Many will argue, for example, that they in effect fact-check after-the-fact, by immediately printing corrections on the Web site when an inaccuracy is brought to their attention. Some also believe that since the online world, especially the blogosphere, is more akin to a conversation than a work of scholarship, traditional journalistic standards are therefore inappropriate. »

In NAVASKY Victor et LERNER Evan, *Magazines and Their Web Sites*, A Columbia Journalism Review survey and report, op. cit., p. 41

¹⁰⁵ SAUNERON Sarah et WINOCK Julien, *La presse à l'ère numérique : comment ajouter de la valeur à l'information*, Paris, Centre d'analyse stratégique, 253, 2011, p. 7 Disponible sur : <http://archives.strategie.gouv.fr/cas/system/files/2011-11-30-pressenumerique-na253.pdf> (page consultée le 25 septembre 2017).

Mais ils ne sont pas des médias généralistes ; ils n'ont pas vocation à tout traiter sans distinction. *Mediapart* propose ainsi des contenus à forte plus-value journalistique : enquêtes, investigations, formats longs... Ils reprennent le mode (économique) de l'un des rares médias imprimés à se passer de publicité depuis toujours avec succès (plus de 350 000 exemplaires hebdomadaires¹⁰⁶) : *Le Canard Enchaîné*.

Des rédactions de titres de presse écrite qui, partout, se vident de leurs effectifs, ont peu de chance de continuer à proposer une information de qualité et finissent d'ailleurs, parfois, par disparaître.

Aux États-Unis, les rédactions se sont séparées de près de 40% de leurs effectifs au cours des 20 dernières années recensées, passant de 53 800 à 32 900 entre 1994 et 2004. Pendant ce temps, certes, des titres sont souvent parvenus à maintenir leurs recettes de diffusion (malgré un lectorat en diminution constante et atteignant -7% en 2015), mais la baisse de recettes publicitaires n'a cessé de les fragiliser, s'établissant autour de -7% en moyenne chaque année depuis la crise de 2008-2009 (respectivement -15 et -27%). À tel point qu'en dix ans, de 2004 à 2014, plus d'une centaine de quotidiens ont disparu outre-Atlantique¹⁰⁷.

En France, malgré une multiplication du nombre de supports d'information, en particulier sur Internet et malgré de premiers ajustements entre 2005 et 2009 (*Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*...), les effectifs sont également touchés par les stratégies de restructurations, concentrations, fusions des rédactions. Tout particulièrement dans la presse écrite. C'est ce que mettait en avant en 2014 l'Observatoire des métiers de la presse, à partir des données transmises par la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP) :

« La presse écrite papier et en ligne reste le secteur dominant parmi les cartes de presse, mais sa part s'effrite régulièrement depuis 2000. Ainsi en 2014, elle pèse un peu moins de 59,4% du total des cartes, alors qu'elle atteignait un peu plus de 64% en 2000. Cette chute se confirme parmi les

¹⁰⁶ LE CANARD ENCHAÎNÉ, « Les comptes du Canard en 2016 », *Le Canard enchaîné*, mercredi 6 septembre 2017, p. 4.

¹⁰⁷ PEW RESEARCH CENTER, *State of the News Media*, Washington, Pew Research Center, 2016, 118 p.

premières demandes : 55,1% des cartes contre 59,6% parmi les renouvellements. »¹⁰⁸

En 2015, après plusieurs années de baisse consécutives, le nombre de cartes de presse délivrées en France s'établissait même légèrement en dessous de 36 000, soit son plus bas niveau depuis le début des années 2000. Un résultat lié à un climat social en berne dans les entreprises de presse, ainsi que l'a montré Jean-Marie Charon, dans son Bilan de l'emploi des journalistes 2015, à l'occasion des Assises internationales du journalisme et de l'information 2016 : tout en soulignant la vitalité des entreprises éditrices dites *pure-players*, il y égrainait les fragilités dernièrement observées dans la presse quotidienne régionale, la presse magazine et même la télévision. Avec de nombreux exemples de suppressions de postes de journalistes : 161 pour les *Journaux du Midi*, 54 pour *La Dépêche du Midi*, 71 pour le *Groupe Nice Matin*, près de 100 pour le *Groupe L'Express*, et encore une centaine de suppressions programmées à *France Télévisions*...

En France comme ailleurs, dans les médias traditionnels, l'heure est donc à la compression des effectifs en général et à la réduction des effectifs de journalistes en particulier. Bien sûr, chaque année, des *pure-players* se créent et embauchent des journalistes, mais rares sont ceux qui, pour l'heure ont fait la preuve de la viabilité de leur modèle économique. Tandis qu'en revanche, des *pure-players* de contenus non journalistiques semblent tirer leur épingle du jeu, puisqu'ils salarieraient déjà plus de 500 producteurs de contenus aux attributions assez larges, allant jusqu'au suivi des audiences et des recettes publicitaires. Le tout sans carte de presse, bien sûr, et sans réelle plus-value journalistique d'ailleurs (au sens où nous l'entendons plus haut), pour des productions accessibles gratuitement pour les internautes.

Dans ce contexte, l'enjeu économique reste bien celui résumé par Kovach et Rosenstiel, attachés à décrire les principes du journalisme, lorsqu'ils différencient adroitement les enjeux d'audience de court terme et les enjeux de fidélisation de long terme :

« Le plus grand défi que doivent relever ceux qui produisent l'information est peut-être d'accepter l'idée que leur prospérité à long terme dépend de

¹⁰⁸ OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DE LA PRESSE, « Les secteurs d'activité : ce qu'il faut retenir pour 2014 ». Disponible sur : <http://data.metiers-presse.org/overview.php#sector/alljournalists/2014/none> (page consultée le 3 août 2016).

la qualité de leur salle de rédaction, et non pas seulement de son efficacité. »¹⁰⁹

Un commandement qu'il s'avère d'autant plus utile de rappeler au moment où les rédactions sont confrontées à l'usage de nouveaux outils qui à la fois portent de nouvelles pratiques efficaces en matière de traitement de l'information et à la fois questionnent le rôle traditionnel du journaliste et son rapport à la vérification.

2.3. L'accès à des outils innovants

2.3.1. Le web et l'accès facilité à l'information

Le fait est que cette triple crise, traitée précédemment, place *a priori* les médias en mauvaise posture pour assurer leurs missions de recherche, sélection, vérification et transmission de l'information à destination des citoyens. Tout comme l'accélération du tempo médiatique, d'ailleurs, qui, *de facto*, les inscrit dans une course à l'audience, certes pas nouvelle, mais certainement plus relevée que jamais. Pourtant, les outils liés à l'apparition d'Internet et des réseaux sociaux, qui amplifient le phénomène de circulation accélérée de l'information et déstabilisent un peu plus le modèle économique des médias, recèlent peut-être aussi quelques clés et solutions susceptibles d'épauler les rédactions qui souhaitent reconquérir leur public et choisir définitivement ou même parfois renouer avec un journalisme plus qualitatif que strictement quantitatif. Renouer, aussi, avec davantage de vérification.

Plus question, en effet, dans les rédactions, d'opposer le journalisme numérique au journalisme traditionnel comme ce fut le cas lors des premiers pas des médias traditionnels sur le web. Désormais, les journalistes sont en grande majorité convaincus que tout sujet qui donnera lieu à une interview, un reportage, un portrait et a fortiori une enquête, doit aussi être creusé via Internet. Et pour cause : Internet a rendu accessible en ligne une masse jusqu'alors inégalée de données à l'échelle mondiale, qu'elles soient publiques ou « privées ». Des données auxquelles il aurait auparavant fallu des jours, des mois ou des années pour accéder. Ne serait-ce qu'en

¹⁰⁹ KOVACH Bill et ROSENSTIEL Tom, *Principes du journalisme. Ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger*, op. cit., p. 344

matière de données issues des institutions, le mouvement – encore en marche – d’open data (données mises à disposition sous licence ouverte et considérées comme un bien commun), permet à n’importe quel citoyen, journaliste ou non d’ailleurs, de se procurer rapports d’activités, statistiques, études issues des principales administrations notamment. C’est aussi en ligne, via les sites internet de chaque organisation (entreprise, administration, État, association, collectivité, etc.), que les journalistes trouvent souvent de quoi vérifier ou recouper le point de vue ou la position officielle de tel ou tel interlocuteur, la fonction de telle ou telle personnalité, l’actionnariat ou l’implantation de telle ou telle multinationale, etc. Le tout en quelques minutes. En ce sens, l’accélération du rythme de la diffusion de l’information peut sembler en partie compensée par la rapidité d’accès sans précédent à une masse d’informations utiles à toute vérification.

D’autant que les réseaux sociaux contribuent eux-aussi à la progression rapide d’une recherche d’informations. *Facebook* et *Twitter*, les plus développés à ce jour en France, y compris auprès de la population des journalistes, sont devenus des annuaires géants et mondiaux. Non seulement il est possible d’y apprendre des nouvelles (l’assassinat de Benazir Bhutto en 2007, la mort de Michael Jackson ou l’atterrissage d’un Airbus sur l’Hudson River en 2009), mais il est également possible d’y identifier des interlocuteurs potentiels spécialistes ou aficionados d’un thème donné ou bien témoins d’une actualité brûlante pour laquelle le média ne dispose pas encore de journalistes sur place. L’usage du *hashtag* ou mot-dièse est de ce point de vue intéressant, puisqu’il fédère très vite une communauté autour d’un sujet en rattachant chaque tweet à un *tag*, étiquette ou mot-clé partagé (#attentat, #Euro, #presidentielle, etc.)¹¹⁰. Sachant qu’une population toujours plus nombreuse utilise ces réseaux et y transmet indifféremment du texte et de l’image, qu’elle soit fixe ou animée.

Bien sûr, là encore, il revient au journaliste de recouper et de vérifier ces informations et éventuellement de faire un travail de terrain complémentaire, dans un second temps, pour rencontrer les témoins contactés initialement par ces réseaux :

¹¹⁰ MERCIER Arnaud et PIGNARD-CHEYNEL Nathalie, « Mutations du journalisme à l’ère du numérique : un état des travaux », *Revue française des sciences de l’information et de la communication*, Société Française des Sciences de l’Information et de la Communication, 5, 2014, p. 10

toutefois elles constituent indiscutablement un avantage informationnel par rapport à ce qu'il était possible d'obtenir dans le même laps de temps il y a à peine une dizaine d'années... Les exemples de ce type sont nombreux. On citera encore l'usage de l'annuaire téléphonique en ligne et les miracles en termes de géolocalisation permis par *Google Maps* : à partir du lieu d'un événement, ou du nom d'une organisation quelle qu'elle soit, où se serait produite une explosion par exemple, le journaliste peut déterminer en quelques secondes, sans même se déplacer, quel est l'environnement immédiat de ce lieu (zone urbaine potentiellement peuplée, présence d'une école, etc.). Il peut également savoir quelle est l'entreprise, l'institution ou l'immeuble d'habitation susceptible d'abriter les témoins les mieux placés pour raconter la scène. Ou choisir ainsi l'itinéraire, puis le lieu le plus approprié pour se rendre lui-même sur place et faire son travail du mieux possible. Et ce, y compris lorsqu'il est déjà sur le terrain puisque l'intégralité des outils web sont aujourd'hui à portée de main partout en itinérance via les smartphones (sous réserve de disposer d'une connexion Internet). Ce qui, là encore, permet de gagner du temps, jusque dans les périodes de transport, qui deviennent des périodes de travail également.

Bien entendu, toute information – en particulier non officielle – trouvée via Internet et les réseaux sociaux n'exonère pas, loin de là, le journaliste d'un travail de vérification. Car, bien entendu, tout ce qui est accessible via ces moyens de communication ouverts à tous est loin d'être vrai : il est même très difficile pour un non-professionnel d'y déceler les innombrables *fakes*, faux messages, rumeurs, canulars, photos, vidéos, comptes créés pour nuire ou simplement relayés par inadvertance par des personnes mal informées. Et il n'est pas rare que le suivi de ces réseaux pour y effectuer un travail de veille sur les sujets qui « montent », soit trompeur : via les commentaires, *retweets* et autres modes de partage en grande quantité parfois, ces réseaux reflètent en effet davantage l'impact d'un sujet que sa pertinence réelle en termes d'information.

Mais, là encore, de la même manière que le journaliste a bénéficié d'un accès accéléré à l'information, il peut, s'il maîtrise les outils, avoir accès à sa vérification tout aussi rapidement. Sur son blog *Online journalism*, le journaliste et enseignant anglais Paul Bradshaw a publié en 2011 un post intitulé « *Content, context and code : verifying information online* » pour tenter de livrer quelques clés de vérification de

base à mener face aux contenus numériques. Après avoir fait un intéressant parallèle avec les premiers usages du téléphone dans les rédactions (peut-on être sûr de qui parle à l'autre bout de la ligne ?), il écrit :

*« Internet nous offre un certain nombre d'outils supplémentaires pour vérifier l'information, certainement davantage que le téléphone ne nous en a jamais donnés. L'apparente « anonymisation » de ce média est trompeuse : chaque renseignement et chaque personne sèment derrière eux des données que vous pouvez utiliser pour vous faire une idée de sa fiabilité. »*¹¹¹

Le contenu de l'information en question (son côté plausible par exemple ou les éléments de datation), puis son contexte (à qui appartient le compte sur le réseau social, qui le suit, à quels autres comptes est-il connecté, quelles prises de position relaye-t-il habituellement...) et enfin les éléments de codes ou les métadonnées (adresse du site officiel ou non, date de prise de vue, type d'appareil et auteur pour une photo, etc.) sont autant d'éléments parlant à propos des informations trouvées en ligne¹¹². Et pour lesquels existent de nombreux petits outils pratiques qui permettent de les analyser en très peu de temps ; des outils généralement bien maîtrisés par les journalistes des rédactions en ligne. Ce qui n'empêche pas, il est vrai, encore souvent, de nombreux incidents dont se rendent coupables les médias les plus aguerris (beaucoup de photos utilisées pour illustrer des événements alors qu'elles ont été prises à une autre occasion), mais ce qui permet incontestablement d'en limiter le nombre. Nous pouvons reprendre ici la formule de Julien Pain, journaliste de la chaîne *France Info* : « Internet, qu'on dit malade de ses fausses informations, porte souvent en lui-même son antidote. »¹¹³ En ce sens, il pourrait s'avérer bénéfique, dans les rédactions, de voir les équipes « traditionnelles » et les équipes web fusionner –

¹¹¹ « In many ways the internet gives us extra tools to verify information – certainly more than the phone ever did. The apparent 'facelessness' of the medium is misleading: every piece of information, and every person, leaves a trail of data that you can use to build a picture of its reliability. »

BRADSHAW Paul, « Content, context and code: verifying information online », *op. cit.*

¹¹² NICEY Jérémie, « La certification de contenus collaboratifs à l'agence photo Citizenside : entre procédures nouvelles et fondamentaux anciens », *tic&société*, 6 (1), 2012. Disponible sur : <https://ticetsociete.revues.org/1183> (page consultée le 15 octobre 2017).

¹¹³ PAIN Julien, « Journalisme et réseaux sociaux », in LE CHAMPION Rémy (dir.), *Journalisme 2.0, op. cit.*, p. 60

une convergence qui n'est pas encore le cas partout¹¹⁴ – dans la mesure où leurs réticences respectives pour la culture, l'expérience et les outils développés par l'autre devraient leur conférer un supplément de pertinence et un réel enrichissement dans la quête, le tri et la vérification des informations, jusqu'à leur diffusion.

On notera que pour faciliter l'accès du plus grand nombre de journalistes aux techniques de vérification sur le web – et à défaut de plans de formation solides dans les rédactions qui manquent souvent de moyens – certaines fondations tentent de plus en plus souvent de communiquer sur ces questions. C'est ce qu'a fait récemment le Centre européen de journalisme (EJC), fondation basée aux Pays-Bas et associée à de très nombreux partenaires, avec son *Guide de Vérification*¹¹⁵, destiné à constituer une « aide pour les journalistes et les travailleurs de l'urgence ou de l'humanitaire, qui fournit des indications étape par étape pour l'utilisation de contenu généré par les utilisateurs (UGC) en cas d'urgence ». Ce guide contient des conseils pratiques, des témoignages de professionnels, pour permettre de vérifier les contenus numériques (en particulier ceux issus des citoyens) dans les situations d'urgence notamment : confirmation de la source d'un document, vérification de son authenticité, localisation d'une photo ou d'une vidéo, élaboration de checklists de vérification, trianguler une source, etc.

2.3.2. La possibilité de faire intervenir les citoyens

En matière journalistique, il est une autre innovation que d'aucuns défendent comme une nouvelle méthode de travail : le journalisme participatif. Ainsi, là où une partie de la profession est tentée d'identifier le public comme une source de pression qui exige que soient mis en ligne sans délai les actualités qui l'intéressent (la logique d'audience mentionnée plus haut), une autre partie y voit volontiers une source d'information que l'on peut solliciter à volonté sur n'importe quel type de sujet, au moment de sa conception, de sa vérification puis de son enrichissement, après publication. Ces deux parties de la profession n'en forment parfois qu'une, en réalité,

¹¹⁴ DEGAND Amandine, « L'organisation interne des rédactions en ligne », in DEGAND Amandine, GREVISSE Benoît (dir.), *Journalisme en ligne : Pratiques et recherches*, op. cit., p. 45 et suiv.

¹¹⁵ SILVERMAN Craig, *Guide de vérification. La référence de la vérification de contenu numérique pour la couverture d'événements dans l'urgence*, Maastricht, European Journalism Center, 2015, p. 6

dans la mesure où il n'est pas rare que des médias aient fait évoluer leur stratégie sur la question – quand ils en ont élaboré une – au fil du temps. Et qu'ils adoptent parfois un comportement ambivalent à l'encontre de ces contenus, à la fois souvent décriés pour leur médiocre qualité et ponctuellement loués pour leur rareté et leur exclusivité. Quoi qu'il en soit, ce journalisme participatif (qui a toujours eu une existence, bien que non organisée et moins interactive, y compris avant le web¹¹⁶) s'avère davantage productif depuis l'avènement de ce qu'on appelle le web 2.0, avec lequel les outils de l'interactivité se sont mis en place, des blogs aux forums, en passant par les réseaux sociaux bien sûr et d'autres outils encore. Cela jusqu'à devenir, parfois, non plus seulement participatif mais collaboratif. Le public, lui, dispose également, à compter du milieu des années 2000, des outils de production de l'information (internet haut débit, téléphones et tablettes connectés, etc.) qui lui permettent de fournir aisément tout type de contenus : textes, photos, vidéos, etc. Du tsunami en Asie du sud-est en 2004 aux Printemps arabes entre 2010 et 2014, les exemples de l'usage de ces outils à des fins d'information ne manquent pas.

Laurent Mauriac, qui a fait partie des premiers expérimentateurs du journalisme participatif ou citoyen en France, résume ainsi son développement et son mode de fonctionnement, à l'encontre du journalisme traditionnel, et qu'il voit comme « *une chance pour renouveler le lien avec le public* » :

« Dans un premier temps, les médias se sont emparés de cet outil (Internet) pour y plaquer leur schéma qui comporte un émetteur, un récepteur et un sens de diffusion. Mais en réalité, le Web permet de faire bien autre chose. C'est, par essence, un média horizontal et à double sens. Chaque récepteur est appelé à devenir aussi émetteur. »¹¹⁷

Il est à noter, comme le fait Jean-Marie Charon dans son panorama des médias à l'ère numérique, que « *cette opportunité de recourir à ces sources rendues disponibles via le numérique est d'autant mieux accueillie par les entreprises de médias qu'elle intervient alors que les effectifs des rédactions sont en repli et que leurs coûts de*

¹¹⁶ Depuis longtemps les citoyens ont interpellé et fourni des documents aux rédactions ; on peut citer un exemple de formalisation de cet appel aux contributions extérieures à la rédaction à travers le « téléphone rouge » d'*Europe 1*, né en 1973...

¹¹⁷ MAURIAC Laurent et RICHE Pascal, « Le journalisme en ligne : transposition ou réinvention », *Esprit*, op.cit., p. 86-94

fonctionnement sont passés au crible par les contrôleurs de gestion »¹¹⁸. Un point de vue corroboré par Alfred Hermida, qui évoque, lui, « *un apport de plus en plus précieux, sinon voire vital pour les rédactions, compte tenu des réductions d'effectifs qui s'ajoutent aux exigences de plus en plus fortes qui pèsent sur les journalistes* ». ¹¹⁹ D'ailleurs, tous les médias ne s'emparent pas de cette opportunité au même degré et force est de constater que c'est un aspect de la production d'information qui n'a pas été formellement institutionnalisé dans de si nombreux médias. Hormis ceux dont le participatif tient lieu de ligne éditoriale et qui n'ont d'autre rédaction que les contributeurs extérieurs. Ailleurs, nul doute que l'ouverture et la modération des commentaires sur les articles mis en ligne constituent le mode de recueil des contributions extérieures aux rédactions le plus fréquent. Beaucoup plus que les opérations de *crowdsourcing* d'envergure, comme celle qu'a pu mettre sur pied, en France, le *pure-player Owni*, lorsqu'il a demandé à accéder aux factures des Français¹²⁰ pour réaliser un panorama complet du prix de l'eau dans les communes françaises que ne parvenaient pas à élaborer les autorités elles-mêmes. Aujourd'hui, de plus en plus, et sans forcément aller jusqu'à un rôle de *community manager*, à cheval entre le journalisme et la stricte animation d'une communauté de lecteurs, les journalistes s'impliquent dans la relation à l'utilisateur. Car celui-ci est potentiellement partout où lui, journaliste, ne peut être : au plus près de l'action lorsque celle-ci se produit, toujours disposé à livrer un commentaire, une information brute, confirmer ou infirmer une rumeur, contribuer à vérifier une information sur place, montrer ce qu'il voit à travers photos et vidéos, etc. Parfois en tant que simple témoin ; parfois aussi en tant qu'acteur de l'événement ; parfois enfin en tant qu'expert disposant d'informations nouvelles ou confidentielles pas accessibles pour le journaliste. Ce contenu généré par les utilisateurs – appelé UGC, pour *user-generated content* – devient alors particulièrement précieux pour le journaliste, qui ne doit pas pour autant être dépossédé de sa mission. Car ces sources d'information

¹¹⁸ CHARON Jean-Marie, « Les médias à l'ère numérique », *Les Cahiers du journalisme*, 22/23, 2011, p. 17

¹¹⁹ HERMIDA Alfred, « Des promesses aux pratiques du journalisme participatif, in DEGAND Amandine, GREVISSE Benoît (dir.), *Journalisme en ligne : Pratiques et recherches*, op. cit., p. 121

¹²⁰ KAYSER-BRIL Nicolas, « Prix de l'eau : libérons nos données », *Owni*, 22 mars 2011. Disponible sur : <http://owni.fr/2011/03/22/prix-de-l-eau-crowdsourcing> (page consultée le 30 juillet 2016).

supplémentaires sont une richesse, certes, à laquelle ils ne pouvaient pas avoir accès aussi facilement auparavant ; mais elles sont aussi à vérifier, grâce à un usage pointu des outils de communication utilisés notamment : analyse des profils de l'émetteur sur les réseaux sociaux, métadonnées des documents transmis, recoupement avec les avis d'autres utilisateurs mieux identifiés, etc.

Cette nouvelle répartition des rôles, qui conduit le public aux portes des rédactions ne doit toutefois pas glisser vers une redistribution des rôles. Autrement dit, répartir différemment le travail de collecte de l'information semble en effet utile. Mais comment maîtriser ou du moins connaître l'intérêt à agir de ces sources à demi-anonymes ? Le tri, la vérification, le recoupement puis la diffusion au nom du média ne peuvent *a priori* échapper aux journalistes *gatekeeper* sans risque de trahir quelques règles et principes déontologiques majeurs. Surtout que ceux-ci sont déjà relativement éprouvés par les nouvelles pratiques en vigueur dans les rédactions. Comme celle que décrit – et que nous avons également observée – Amandine Degand, à propos de la vérification de l'information en ligne, qui évoque la tentation, pour les journalistes web, de s'en remettre à la correction de l'information post-publication. Certains journalistes, que ce soit parmi les professionnels rencontrés par la chercheuse belge ou parmi ceux que nous avons été amenés à interroger au cours de notre travail de recherche, emploient un vocabulaire lié au jeu, voire au pari : « *nous avons joué cette information* », « *cet article nous semblait jouable* », « *c'était quitte ou double* » :

« Ces exemples attestent de pratiques de pari sur la fiabilité de l'information. En effet, le Web permet de corriger l'information post-publication. Le journaliste, lorsqu'il travaille en ligne, a donc théoriquement toujours plus d'intérêt (en termes de clics escomptés) à publier une information qu'à ne pas la publier et ce, que celle-ci s'avère, in fine, vraie ou fausse. »¹²¹

On touche alors – la suite du raisonnement d'Amandine Degand le démontre – aux limites du journalisme participatif, qui, dans une telle situation, est invoquée par les journalistes en ligne comme pouvant toujours rattraper le coup si jamais ils disposent

¹²¹ DEGAND Amandine, « La vérification de l'information en ligne », in DEGAND Amandine, GREVISSE Benoît (dir.), *Journalisme en ligne : Pratiques et recherches*, op. cit., p. 101

d'une information contradictoire. Comme dans l'encyclopédie collaborative *Wikipedia* qui, elle au moins, est transparente sur ce mode de fonctionnement. Difficile de croire, toutefois, que cette « *fiabilité de l'information construite collectivement* » satisfasse les lecteurs non contributeurs, potentiellement appelés par les médias en question à payer la plus-value journalistique de ses informations. Ce mode de vérification collaborative *a posteriori* n'est pourtant pas si éloigné de ce que proposait à l'origine le blog des *Décodeurs* sur *Lemonde.fr* – nous y reviendrons – sous-titré « *le blog qui enquête avec les internautes* » et qui indiquait, dans son « mode d'emploi » : « *Nous vérifierons ensemble la véracité des déclarations, à partir de sources fiables et transparentes et d'interlocuteurs de référence.* » Il était ainsi parvenu à réaliser son premier fait d'armes, en établissant que le Président Nicolas Sarkozy, contrairement à ses dires, n'était pas à Berlin le 9 novembre 1989, au soir de la chute du mur. « *Merci aux nombreux internautes qui ont contribué à cette enquête !* », signalait alors le journaliste Nabil Wakim. Après le *crowdsourcing*, le « *crowd-checking* »¹²², une autre version du journalisme « pro-am », professionnel et amateur.

2.3.3. Vers un journalisme enrichi / « augmenté »

Les nouveaux moyens dont disposent depuis quelques années les journalistes pour accéder à l'information (via Internet et les réseaux sociaux), ainsi que les nouveaux usages qu'ils en font pour compléter leur capacité d'investigation, de vérification et de diffusion de leurs contenus journalistiques ne laissent pas transparaître de véritable stratégie médiatique. Comme s'ils s'étaient progressivement approprié ces outils et usages au fil du temps et de leur apparition, au gré d'une démarche totalement empirique, au fur et à mesure que ces outils et usages se développaient dans l'ensemble de la population. Les journalistes ne sont d'ailleurs pas forcément seuls en cause dans cette situation d'improvisation : les équipes managériales et les propriétaires des groupes de médias sont ceux qui auraient pu faire en sorte que ces évolutions soient davantage anticipées par les équipes et mises au service de stratégies innovantes délibérées pour reconquérir leurs audiences, émietées par la

¹²² SCHÄFER Maximilian, « Science journalism and fact-checking », *Journal of Science Communication*, 10, 2011, p. 4

multiplication des émetteurs d'information, professionnels et amateurs. Le cabinet d'expertise spécialisé dans la prévention des risques professionnels *Technologia* a ainsi conduit une étude sur les changements et évolutions des métiers du journalisme entre 2010 et 2015, qui concluait :

« *(Les médias) sont entrés dans l'ère numérique, plus sous la pression des techniques dominantes (dont celle actuellement des réseaux sociaux) qu'à l'issue de réflexions stratégiques sur ce qu'il convenait de faire passer sur les réseaux et sur la ligne éditoriale, ou simplement commerciale que pourraient soutenir ces technologies.* »¹²³

Comme sonnés par la crise conjoncturelle – liée à l'apparition de tous ces nouveaux outils – qui s'est ajoutée à une crise structurelle persistante – les médias et leurs dirigeants ont d'abord eu le réflexe de vouloir maintenir à tout prix leurs modèles économiques historiques et, avec eux, les métiers et savoir-faire traditionnels du journalisme. Cela n'a fait qu'ajouter à cette double crise, une crise éditoriale, puisque les contenus mis en ligne et véhiculés par les nouveaux outils de diffusion, réseaux sociaux en tête, ont manifestement eu et ont souvent encore du mal à trouver leur cible et à générer des recettes. C'est ce que dénonçait déjà, à tous les chapitres, l'ouvrage consacré par le média disparu *Owni* au data-journalisme. Dès 2010, il évoque « *l'apathie de l'industrie de l'info* »¹²⁴. Même si, depuis, des « labs » (laboratoires ou cellules dédiées à l'expérimentation et à l'innovation) se sont mis en place dans de nombreux groupes de presse (il existe par exemple un « *Amaury Lab* », un « *Prisma Lab* », etc.)...

Toutefois, à la faveur d'expérimentations variées, issues le plus souvent des équipes elles-mêmes et des journalistes assistés de développeurs informatiques en particulier, un certain nombre d'innovations ont vu le jour. Des innovations qui semblent tirer le meilleur parti des potentialités des nouveaux outils pour ainsi « réinventer », au moins partiellement, les productions journalistiques. Et faire en sorte qu'elles puissent suffisamment se démarquer du reste des contenus accessibles tous azimuts et

¹²³ DELGENES Jean-Claude (dir.), *2010-2015, Changements et évolutions des métiers du journalisme*, Paris, Technologia, 2015, p. 70

¹²⁴ FARANO Adriano, « Hacks/Hackers, quand le journalisme rencontre la technologie », in KAYSER-BRIL (dir.), *Datajournalisme*, Paris, Owni, 2010, p. 25. Disponible sur : http://owni.fr/files/2010/12/ebook_journalisme.pdf (page consultée le 30 juillet 2016).

attirer à elles un public disposé à dépenser pour y avoir accès. À condition que ces innovations, plus souvent issues des équipes que de leur management, aient été perçues comme telles par les décideurs, ce qui n'est pas toujours le cas à en croire le nombre de contenus à forte plus-value journalistique encore actuellement accessible dans les versants gratuits des sites web d'information (datajournalisme, fact-checking, longs formats, datavisualisation, etc).

Nous parlons ici de ce qui a souvent été désigné comme le journalisme « augmenté », expression qu'il nous semble pertinent de conserver. Elle apparaît principalement sous la plume d'Éric Scherer, qui a produit en 2011 un ouvrage-manifeste à ce sujet : compte-tenu de l'ensemble des facteurs analysés plus haut dans notre travail, il appelait les journalistes à « *réinventer leurs métiers en devenant les filtres indispensables et pertinents du nouvel âge d'or de l'information, dominé par une nouvelle abondance* » et prônait, au-delà du factuel, « *un journalisme de valeur ajoutée* » pour se démarquer dans « *le far-west de l'info* »¹²⁵. En 2017, toutes les pistes évoquées alors ne sont plus d'actualité. Mais force est de constater que certaines ont pu être développées avec succès quand d'autres les ont complétées.

On reparle ici, par exemple, du journalisme collaboratif, qui fait que, pour venir à bout d'une enquête complexe et/ou nécessitant des moyens importants qu'un seul média ne peut s'offrir, les journalistes mettent au point des outils de travail partagés, des stratégies collaboratives de répartition des tâches, par spécialité ou par territoire, afin d'explorer et de traiter des données. Dans l'ouvrage qu'elle consacre aux nouvelles voies du journalisme d'enquête¹²⁶, Aurore Gorius cite plusieurs exemples à ce sujet, comme « Wikileaks » et « Offshoreleaks », enquêtes réalisées à partir de données numériques et confidentielles que les journalistes ont dû éplucher pour en tirer des informations. On peut y ajouter les récents « Panama Papers » qui, comme « Offshoreleaks » ont vu les journalistes sortir du cadre confidentiel de leur rédaction pour s'allier avec des confrères. Cela sous la coordination de l'International consortium of investigative journalists (ICIJ) : chaque fois, des centaines de journalistes et des dizaines de rédactions sont associées pour parvenir à faire émerger

¹²⁵ SCHERER Éric, *A-t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un journalisme augmenté*, Paris, Presses universitaires de France, 2011, 192 p.

¹²⁶ GORIUS Aurore, *Les nouvelles voies du journalisme d'enquête*, op. cit., p. 25

des informations pertinentes d'une masse colossale de données. À l'évidence, les professionnels de l'information démontrent, dans de telles circonstances, qu'ils disposent de capacités d'action hors de portée du seul journaliste-citoyen. Même si celui-ci peut leur prêter main forte. Ils redeviennent médiateurs et retrouvent une place incontournable pour rendre intelligibles des informations peu accessibles. Et, de manière inédite, ils investissent du même coup de nouveaux champs d'investigation, à l'échelle planétaire :

« L'ICIJ travaille sur des problématiques qui dépassent les frontières, mondialisation oblige. Industries polluantes, réseaux de criminalités, États-voyous... face à ces phénomènes, les médias traditionnels sont souvent dépassés. »¹²⁷

Ce journalisme collaboratif ou en réseau permet sans aucun doute de traiter une multitude de données. Et il rejoint en cela le travail que font d'autres spécialistes des données, toujours plus présents au sein des rédactions : les data-journalistes. Le data-journalisme ou journalisme de données est en effet une autre des spécialités que font valoir les journalistes professionnels dans les médias. Leur travail ne se fait pas nécessairement à une très grande échelle géographique. Simplement ils utilisent la ressource des données en plus ou moins libre accès pour y puiser des informations pertinentes sur le plan journalistique et informationnel ; puis ils les délivrent au grand public – on pourrait même avancer qu'ils les traduisent – via une mise en forme aussi attractive que possible, via un *storytelling* composé de textes, de graphiques et schémas les plus explicites possibles. Ce que Caroline Goulard qualifie de « *process de raffinement où les données brutes sont transformées en contenu signifiant et pertinent* »¹²⁸.

L'avantage, cette fois-ci, c'est notamment que les journalistes utilisent de l'information de première main, qui n'a pas été « raffinée », justement, par une quelconque source et qui ne peut lui avoir été fournie à dessein. Ce qui ne doit pas l'empêcher, toutefois, de se montrer prudent, tant le maniement de données brutes peut prêter à confusion pour les non-initiés. Un travail de journaliste certes, mais pas

¹²⁷ GORIUS Aurore, *Les nouvelles voies du journalisme d'enquête*, op. cit., p. 25

¹²⁸ GOULARD Caroline, « Transformation de notre paysage informationnel et journalisme de données », in LE CHAMPION Rémy (dir.), *Journalisme 2.0*, op. cit., p. 92

seulement. Dans cette mission, ces derniers s'associent à des graphistes, des *webdesigners* voire des « hackers » ou, en tout cas des codeurs, pour parvenir à leurs fins¹²⁹. Ceci dans la phase de captation et d'extraction des données ; mais aussi dans la phase de mise en forme de ces données. Car ce data-journalisme comporte un travail sur la cinétique et la visualisation interactive. Des questions que ne se posaient pas souvent, dans les rédactions, les journalistes jusqu'à il y a peu.

Bien d'autres innovations ont également été testées et approuvées par les journalistes dans le cadre de leurs rédactions. Nous ne les traiterons bien évidemment pas toutes ici. Mais on leur trouve sans peine quelques points communs, puisqu'elles se rejoignent dans leur volonté d'exprimer leur plus-value journalistique, en termes de savoir-faire et de règles déontologiques et éthiques. Voire renouent très fortement avec des principes de base du métier qu'elles relient à des techniques ou technologies nouvelles. On peut citer pêle-mêle les *live*, les webdocumentaires, les *newsgames*, les curations et, bien sûr, le fact-checking.

Avec le *live* (qui n'est pas le simple live-tweet qui permet à tout-un-chacun de rendre compte d'un événement en temps réel sur son compte *Twitter*), le journaliste peut associer, dans sa couverture en direct d'un événement via le site web de son média, des contenus multimédias (photos, vidéos, textes) et des captures de comptes *Twitter* de journalistes ou d'autres témoins et participants sélectionnés en amont. Tout en laissant intervenir dans cette couverture des internautes souhaitant poser des questions ou livrer des informations, dans un processus de « *(co-)construction* »¹³⁰. Cette fois, la pertinence de ce type de travail repose sur l'enquête du journaliste en amont, puisqu'il a ensuite pour mission de faire vivre et d'expliquer l'événement en temps réel à tous ceux qui sont connectés à son *live*. Les *webdocs* font également partie de ces innovations, même si leurs formes sont pour le moins hétéroclites et qu'on ne puisse pas dire, à ce jour, que ce nouvel outil, inspiré du documentaire, mais aux contenus augmentés par le web, ait prouvé toute sa pertinence, du point de vue économique en tout cas. On citera toutefois ici les expériences menées par *Le Monde* (« Grands Formats »), *Arte* (« Webproductions ») et *France Télévisions* (« Nouvelles

¹²⁹ KAYSER-BRIL Nicolas (dir.), *Guide du datajournalisme*, Paris, Eyrolles, 2013, 220 p.

¹³⁰ PIGNARD-CHEYNEL Nathalie et SEBBAH Brigitte, « Le live-blogging : les figures co-construites de l'information et du public participant », *Sur le journalisme*, 4 (2), 2015, p. 149

écritures » entre autres. Pour les mêmes raisons certainement, les *newsgames* sont encore rares sur les sites des médias. Leur objectif : mettre les techniques du jeu vidéo au service d'un sujet d'information, créant ainsi une nouvelle forme de narration, particulièrement interactive, comme l'ont par exemple proposé *France 5* (« Jeu d'influences ») ou *Rue 89* (« ReConstruire Haïti »). Quant à la curation, elle doit permettre d'effectuer à la place du citoyen une sélection des éléments d'actualité les plus significatifs, à laquelle sont parfois adjointes des fiches d'approfondissement ou de contextualisation de tel ou tel thème évoqué. Ce qui peut s'avérer utile et qui recoupe assez largement ce que proposent les Unes et sommaires de journaux et magazines dans leur version imprimée finalement... Enfin, parmi ces nouveaux formats explorés par les rédactions, il en est un sur lequel nous concentrons notre réflexion : le fact-checking.

Comme nous allons le voir, il n'est pas certain qu'il s'agisse réellement d'une innovation. Ou en tout cas, disons que le fact-checking est assez largement remis en cause en matière d'innovation. Mais il a le mérite de replacer la vérification – dont on a pu voir plus haut à quel point elle était malmenée, parfois, par les stratégies web de nombreux médias – au cœur du journalisme moderne. Toutefois, pour bien comprendre cette émergence du fact-checking moderne, qui consiste à confronter la véracité de la parole publique des politiques, experts et autres personnalités à la réalité des faits et chiffres, il nous faut commencer par rappeler les modalités de son émergence, aux États-Unis d'abord, puis en France. Cette mise en perspective s'avère indispensable avant de questionner l'opportunité – ou l'opportunisme – qu'il y a à faire éclore un tel exercice dans la période troublée que traversent les médias, ainsi que nous l'avons analysé précédemment.

CHAPITRE 3. LE FACT-CHECKING TEL QU'IL APPARAÎT AUX ÉTATS-UNIS

3.1. Les premiers fact-checkeurs dans les années 1920

3.1.1. Le rapport du journalisme américain aux faits

Afin d'éclairer au mieux la naissance du fact-checking aux États-Unis, il est indispensable de commencer par situer le contexte historique de son apparition. Ce contexte, ce n'est pas nécessairement celui d'un journalisme de tout temps focalisé sur l'objectivité, comme le suggèrent les mythes largement véhiculés à son sujet. En effet, il en est du journalisme américain comme du journalisme français (*cf. infra*) : il a connu des évolutions et des nuances tout au long de son processus de dépolitisation au XIX^e siècle notamment. Et il en connaîtra d'autres par la suite, à l'instar du *new-journalism* des années 1970, qui a un temps consacré une approche très littéraire du travail journalistique, pour ne citer que ces exemples.

Toutefois, force est de constater que, globalement, ce journalisme étatsunien se caractérise par une double attention particulière portée à la relation des faits et à une quête de vérité. En effet, lors de l'apparition du fact-checking dans les magazines américains, cela fait près d'un siècle déjà, si l'on en croit l'analyse d'Érik Neveu, que « *l'apparition des journaux bon marché de la Penny press*¹³¹, que symbolise le lancement du *Sun* en 1833, consacre ce journalisme orienté vers la collecte du fait ». ¹³² Ce que les journalistes américains appellent *news-gathering*. Avec une place centrale accordée à l'objectivité parfois, la restitution la plus factuelle des informations, débarrassée de tout commentaire souvent. Reportages, informations confidentielles, faits divers, constituent alors l'essentiel de journaux comme *The Sun*, donc, mais aussi le *New York Herald*. La guerre de Sécession, entre 1861 et 1865,

¹³¹ Pour développer leurs ventes, des journaux américains ont diminué leur prix de vente à deux *cents*, soit l'équivalent d'un *penny* anglais ou d'une dizaine de centimes français.

¹³² NEVEU Érik, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, 2009, p. 10

consacre ensuite le recours au reportage et, plus indirectement, la transmission des informations sur le modèle de la pyramide inversée¹³³, qui consiste à placer en premier, dans un article, l'information essentielle, tandis que les détails lui succèdent par ordre décroissant d'importance.

Populaire, la presse à grand tirage va toutefois connaître ses excès, des dérives sensationnalistes aux polémiques, en passant par des titres accrocheurs. Si bien qu'elle ouvrira la voie à quelques initiatives plus sérieuses, comme une nouvelle formule du *New York Times* au début du XX^e siècle¹³⁴. Journalisme d'information et journalisme de divertissement vont ainsi se côtoyer et s'affronter plusieurs années.

Cette primauté accordée progressivement aux faits dans la restitution des nouvelles permettra par ailleurs le développement des pages économiques et des rubriques pratiques et services, puis la constitution de groupes de presse également tournés vers deux objectifs : délivrer une information attractive (qui relate ce qui rapproche plutôt que ce qui divise) et rechercher un maximum de revenus publicitaires. Cette logique entrepreneuriale, portée par les *press barons* (Pearson, Northcliffe, Hearst, Pulitzer), va conduire progressivement à une certaine professionnalisation du journalisme étatsunien, en partie autour de méthodes journalistiques devenue fameuses, parmi lesquelles – rappelons-le – le procédé de construction des articles en pyramide inversée, les techniques du reportage de terrain, mais également les cinq W (who, what, where, when, why) :

*« Cette rationalisation conforte un savoir-faire professionnel à base de techniques, de capacités d'enquête, d'une écriture normalisée, qu'inculquent, dès la fin du siècle des départements de journalisme dans les universités. »*¹³⁵

Toutefois, il n'est pas question de décrire ici le journalisme américain comme un journalisme intrinsèquement attaché aux faits et tourné vers l'objectivité, dès ses origines. Comme l'explique (et le critique) Denis Ruellan :

¹³³ Le modèle de la pyramide inversée aurait en réalité été repris par les journalistes après la guerre de Sécession, à compter de l'assassinat d'Abraham Lincoln, tandis que c'est le département de la Guerre des États-Unis qui, le premier, aurait fait usage de ce procédé dans la transmission (et la censure) de l'information.

MINDICH, David T.Z., *Just the Facts, How Objectivity Came to Define American Journalism*, New-York, New York University Press, 1998, p. 13

¹³⁴ ALBERT Pierre, *Histoire de la presse*, Paris, Presses universitaires de France, 2000, p. 62

¹³⁵ NEVEU Érik, *Sociologie du journalisme*, op. cit., p. 12

« Aux États-Unis, les efforts de codification des pratiques journalistiques ont précédé les processus de professionnalisation et se sont accomplis indépendamment d'eux. (...) Le concept d'objectivité est venu légitimer le nouveau rôle commercial de la presse. (...) Cette codification (du travail d'information) s'est faite sans lien avec un quelconque souci éthique mais seulement en fonction de critère d'efficacité commerciale. »¹³⁶

Toujours est-il que le début du XX^e siècle va réellement marquer un tournant vers une information plus factuelle et plus fiable aux États-Unis, à l'image de l'évolution professionnelle de Joseph Pulitzer lui-même, qui non seulement souhaitera créer des prix récompensant le meilleur journalisme, mais également approchera l'université de Columbia pour évoquer une future école de journalisme¹³⁷... C'est à cette époque que des codes éthiques sont adoptés par les rédactions, tandis que les propriétaires de médias perçoivent l'aspect néfaste des erreurs et contre-vérités imprimées sur leurs affaires. Cette même période, autour de 1920, est aussi celle pendant laquelle le journaliste Walter Lippmann, parmi d'autres, théorise une formation professionnelle inculquant les principes fondamentaux que sont « *la recherche des preuves et la vérification de l'information* ». Une démarche synthétisée par Kovach et Rosenstiel dans leur ouvrage *Principes du journalisme* :

« En d'autres termes, dans le concept originel, c'est la méthode qui est objective, et non le journaliste. L'élément crucial n'est pas l'objectif que poursuit le journaliste, mais la discipline professionnelle qu'il s'impose pour l'atteindre. »¹³⁸

C'est aussi ce que remarque Jean-Gustave Padioleau lorsqu'il compare, dans les années 1980, *Le Monde* et le *Washington Post*, le journalisme à la française et à l'américaine :

« L'excentricité du journalisme américain réside en ceci : le journalisme est devenu un objet social dont l'existence serait indépendante des sujets –

¹³⁶ RUELLAN Denis, *Le professionnalisme du flou, Identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1993, p. 166-168

¹³⁷ SILVERMAN Craig, *Regret The Error, How Media Mistakes Pollute The Press And Imperil Free Speech*, New York, Union Square Press, 2007, p. 46

¹³⁸ KOVACH Bill et ROSENSTIEL Tom, *Principes du journalisme, op. cit.*, p. 131

des reporters, bien sûr, mais aussi du public et des citoyens. (...) L'application des règles de la profession permet aux « news » d'être jugées de l'ordre du fait. (...) Les ingrédients de la professionnalisation s'efforcent de circonscrire la notion de news, d'assurer que ces dernières subissent des épreuves standard de mise en forme ou de vérification. En Amérique, ces tâches de contrôle appellent d'autant plus une prise en charge par le milieu professionnel que le premier amendement proscrit au législateur d'intervenir. »¹³⁹

Là, apparaît une nuance entre l'objectivité de la méthode appliquée au recueil et au traitement de l'information et l'objectivité que souhaiterait incarner le journaliste au moment où il transmet cette même information. Une nuance de taille, tant la première semble relever de l'application rigoureuse et volontaire de règles, quand la seconde dépend d'une disposition ou d'un talent du professionnel, voire d'un objectif inatteignable mais vers lequel il faut tendre. Or cette nuance, précisément, est certainement l'une des différences fondamentales qui persistent ensuite entre les journalismes américains et français notamment, visible jusque dans la proportion de professionnels diplômés d'écoles de journalisme recrutés par les rédactions, nettement plus importante, de longue date, aux États-Unis.

Ainsi, la naissance des agences de presse – *Agence France Presse (Agence Havas)* en 1835, *Associated Press* en 1846, *Reuters* en 1851 – va certes concourir, tout au long des XIX^e et XX^e siècles, à la diffusion de méthodes de collecte et de restitution plus factuelles de l'information partout dans le monde (pyramide inversée, cinq W...), notamment pour satisfaire des demandes hétérogènes issus de clients aux profils variés. Mais elles ne vont pas nécessairement contribuer à l'adoption, partout à l'identique, d'une même professionnalisation ou codification des pratiques journalistiques. En effet, à l'époque, puis au fil des décennies suivantes, le long processus de professionnalisation des rédactions n'a pas suivi rigoureusement les mêmes principes dans les médias anglo-américains et français notamment. Ou tout du moins pas avec le même empressement ni les mêmes conceptions, plus institutionnalisées, plus collectives, plus « procédurales » aux États-Unis.

¹³⁹ PADIOLEAU Jean-Gustave, *Le Monde et le Washington Post*, Paris, PUF, 1985, p. 303-305

Ce qui permet à Daniel Cornu, lorsqu'il entame la discussion sur la vérité et l'objectivité dans l'information et, notamment, l'expérience du fact-checking au magazine *Time*, d'évoquer « *les journalistes anglo-saxons, éduqués au respect des faits et à la stricte distinction technique entre l'information et le commentaire* », un peu par opposition à ce qui se passait alors en France :

« Le fait ne cesse d'exercer une fascination, en particulier sur les médias et le journalisme de tradition anglo-saxonne. (...) Cette procédure (de vérification, aux débuts de Time) tranchait alors radicalement, par l'instauration d'un journalisme de groupe, sur le journalisme individualiste et souvent solitaire, engagé par ses opinions et donc subjectif, volontiers polémiste, qui se réclamait de l'héritage du XVIII^e siècle. »¹⁴⁰

Autrement dit, la naissance du fact-checking aux États-Unis, en particulier dans la presse magazine, s'est inscrite dans un contexte journalistique historique précis de rationalisation et de professionnalisation de la transmission des nouvelles, entamé au début du XIX^e siècle. Cette pratique de vérification exhaustive et systématique des contenus journalistiques, *a priori* (avant publication), afin d'en garantir la qualité et la véracité aux lecteurs trouve même ses racines les plus profondes dans le développement commercial de la presse aux États-Unis. Un constat intéressant – le lien entre nécessités commerciales et augmentation qualitative des produits de presse – au regard de la renaissance de cette pratique, sous une nouvelle forme, à compter des années 2000, dans un contexte économique, particulièrement défavorable pour les médias.

3.1.2. La multiplication des journalistes-vérificateurs dans les rédactions

En matière de journalisme et d'attention portée aux faits et à leur vérification, c'est la méthode journalistique qui se doit d'être objective, à défaut du journaliste lui-même. Aussi va-t-on voir émerger, dans les rédactions, des nouvelles étapes liées au parcours de la copie. L'objectif est, progressivement, en ce début de XX^e siècle aux États-Unis, de fiabiliser au maximum le contenu des journaux.

¹⁴⁰ CORNU Daniel, *Journalisme et vérité*, op. cit., p. 360 et p. 371-372

S'il arrive que l'on fasse remonter à une époque assez lointaine l'apparition des premiers fact-checkeurs, les journalistes américains conviennent volontiers que c'est le magazine *Time* qui, lors de sa création en 1923, a recruté les premiers d'entre eux. Selon Sarah Harrison Smith, ancienne « fact-checkeuse » du *New Yorker* et du *New York Times Magazine*, dans son ouvrage pratique *The Fact Checkers Bible, A Guide to Getting It Right* :

« Le fact-checking a une longue histoire dans la presse magazine américaine. Les premiers fact-checkeurs sont probablement ceux qui ont été recrutés au début des années 1920 par Briton Hadden et Henry Luce pour leur publication naissante, Time, fondée en 1923. »¹⁴¹

C'est à partir de ce moment-là que, du *The New Yorker* au *Reader's Digest*, la plupart des magazines américains se seraient dotés d'équipes consacrant leur travail au fact-checking. Sarah Harrison Smith décompte encore seize personnes pour le seul *New Yorker* en 2003.

Daniel Cornu détaille lui aussi, dans *Journalisme et Vérité*, la création de *Time* par Henry Luce et le processus de travail, très codifié, inspiré d'une forme de rigueur scientifique, à l'œuvre dans ces rédactions :

« Lorsqu'il créa en 1923 l'hebdomadaire Time, premier news magazine, Henry Luce instaura des méthodes de rédaction qui visaient à transposer dans la pratique du journalisme des principes de la recherche expérimentale. Le journaliste désigné pour traiter un sujet recevait l'assistance d'une documentaliste. Les éléments recueillis sur le terrain étaient sans cesse rapportés aux données rassemblées par la documentation. La synthèse des informations était confiée pour rédaction à un « journaliste-écrivain ». L'article était revu et souvent récrit (c'est la méthode du rewriting) par un cadre de la rédaction, avant de repasser à la documentation pour les ultimes vérifications. »¹⁴²

¹⁴¹ « Fact-checking has a long history in American magazine publishing. The first fact-checkers were probably those hired in the early 1920s by Briton Hadden and Henry Luce for their fledgling publication *Time*, which was founded in 1923. » HARRISON SMITH Sarah, *The Fact Checkers Bible, A Guide to Getting It Right*, op.cit., p. 11

¹⁴² CORNU Daniel, *Journalisme et vérité*, op. cit., p. 371-372

On perçoit là toute la complexité du circuit de la copie, consubstantielle au fact-checking américain. À l'origine, le travail du fact-checkeur consiste ainsi à vérifier noms, dates, chiffres et faits dans l'ensemble des articles, mais aussi à vérifier et à recontacter les sources à l'origine de telle ou telle citation dans l'article, voire des sources complémentaires avant d'échanger à nouveau avec le journaliste à l'origine de l'article. Sachant que ce journaliste est quoi qu'il en soit invité à transmettre ses notes, preuves et autres éléments à sa disposition afin que le fact-checkeur puisse s'y référer ou en vérifier la validité¹⁴³.

Le journaliste canadien Craig Silverman, dans son ouvrage *Regret The Error, How Media Mistakes Pollute The Press And Imperil Free Speech*, cite un mémo interne d'Edward Kennedy, journaliste de *Time*, destiné à expliquer à ses troupes, aux débuts de cette pratique, la nécessité de vérifier les contenus du magazine :

« Le point le plus important en matière de vérification, c'est que l'auteur est votre ennemi naturel. Il tente sans cesse d'échapper à la vérification. Rappelez-vous que lorsque les lecteurs écrivent pour signaler des erreurs, c'est vous qui vous ferez hurler dessus. Alors protégez-vous ! »¹⁴⁴

Craig Silverman indique d'ailleurs l'état d'esprit dans lequel les fact-checkeurs investissent leur tâche :

« Au final, les fact-checkeurs sont là pour crédibiliser l'auteur et le magazine et pour les protéger de situations embarrassantes ou d'action en justice. Pour ce faire, ils ne doivent rien prendre pour argent comptant et se protéger de toute idée préconçue à propos de l'article ou de son auteur. Beaucoup commencent une vérification en supposant que tout, dans l'article, est faux. »¹⁴⁵

Le fact-checking, tel qu'il s'enracine puis se généralise aux États-Unis est donc davantage qu'une simple étape dans le parcours de l'information entre sa collecte et

¹⁴³ HARRISON SMITH Sarah, *The Fact Checkers Bible, A Guide to Getting It Right*, op. cit., p. 12

¹⁴⁴ « *The most important point to remember in checking is the writer is your natural enemy. He is trying to see how much he can get away with. Remember that when people write letters about mistakes, it is you who will be screeched at. So protect yourself.* »

SILVERMAN Craig, *Regret The Error, How Media Mistakes Pollute The Press And Imperil Free Speech*, op. cit., p. 276

¹⁴⁵ « *In the end, fact-checkers exist to make the writer and the magazine look good and to protect them from embarrassment or legal action. To do this, they must take nothing at face value and blind themselves to any preconceived notions about the article or its author. Many begin a check by assuming everything in an article is wrong.* »
Ibid., p. 276

sa diffusion. D'ailleurs, lorsque les médias ne nomment pas les personnes en charge de cette tâche « fact-checkeurs », c'est que ce même travail, jugé incontournable, tous médias confondus, est divisé entre les membres de la rédaction :

« *« Les rédacteurs, secrétaires de rédaction et documentalistes pour le print, la radio et même la télévision vérifient les faits dans le cadre de leur travail. Les médias qui n'emploient pas à proprement parler de fact-checkeurs répartissent souvent ce travail entre les employés en charge de bien d'autres missions. »*¹⁴⁶

Et les raisons d'une telle attention portée aux détails sont multiples. Elles concernent en premier lieu la nécessité de crédibiliser, nous l'avons vu, les contenus des journaux et magazines. Craig Silverman reprend ainsi, dans son ouvrage, le contenu d'un article paru en 1998 dans le magazine américain *The New Republic* :

« *La théorie des fact-checkeurs est que même les plus petits détails font partie d'un ensemble, comme les briques d'une construction. Pour préserver la crédibilité – un terme que les fact-checkeurs vénèrent – tous les faits doivent être justes... Si une seule brique s'effrite, l'ensemble de la structure est fragilisé.* »¹⁴⁷

Toujours est-il que cette mission de vérification, appelée « contrôle qualité » par le journaliste Mark Lee Hunter¹⁴⁸, aura connu différents avatars au sein des journaux et magazines qui ont bien voulu s'en emparer ou l'ont revendiquée. En fin de compte, elle aura été mise en pratique selon différentes modalités, plus ou moins exigeantes, avec des procédés et des dispositifs plus ou moins solides et rigoureux. L'*American Journalism Review*¹⁴⁹ en a ainsi dressé une typologie qui laisse apparaître quatre niveaux. Le premier concerne les publications (surtout des quotidiens) qui n'ont pas

¹⁴⁶ « *Editors, copy editors, writers, and researchers for print, radio, and even television verify facts as part of their jobs. Media that don't employ nominal fact-checkers often divide the work of a fact-checker among employees who do lots of other things, too.* »

HARRISON SMITH Sarah, *The Fact Checkers Bible, A Guide to Getting It Right*, op. cit., p. 11

¹⁴⁷ « *The theory of fact-checkers is that even the tiniest details are part of the larger whole, like bricks in a building. For the sake of credibility – a term fact-checkers invoke with reverence – all the fact have to be right... if one brick crumbles, the whole structure is weakened.* »

SILVERMAN Craig, *Regret The Error, How Media Mistakes Pollute The Press And Imperil Free Speech*, op. cit., p. 75

¹⁴⁸ HUNTER Mark Lee. *et al.*, *L'enquête par hypothèse : manuel du journaliste d'investigation*, Paris, Unesco, 2011, p.72

¹⁴⁹ SHEPPARD Judith, « *Playing Defense, Levels of Fact-checking* », *American Journalism Review*, sept. 1998.

Disponible sur : <https://www.thefreelibrary.com/Playing+defense.-a021159726> (page consultée le 29 décembre 2016)

de fact-checkeur à proprement parler et pour lesquelles le rédacteur ou le correspondant sont donc seuls responsables de l'exactitude des faits qu'ils relatent. Le second inclut les titres qui emploient des *researchers* (appelés recherchistes au Canada), des reporters ou des assistants d'édition freelance ou à plein temps, chargés de passer environ 50% de leur temps à la vérification de la copie des rédacteurs et des correspondants en cas de doute ; ces derniers doivent alors fournir la liste de leurs sources, les numéros de téléphone et la copie des autres matériaux qu'ils citent. Le troisième niveau est celui des publications qui emploient des personnes à plein temps ou en freelance dont la principale mission est de fact-checker le travail des autres ; ils utilisent pour cela les mêmes documents. Enfin, encore au-dessus se situe le quatrième niveau : celui des médias qui emploient aussi des fact-checkeurs à plein temps ou en freelance pour vérifier le travail des autres et qui, en plus des documents précités, exigent de disposer des notes et des enregistrements du rédacteur.

Toutefois, quel que soit le niveau de vigilance apporté au travail de fact-checking, il va de soi qu'il n'en existe pas pour lequel les approximations, inexactitudes et erreurs grossières sont évincées à 100% des pages des journaux et magazines. Mais, à l'évidence, ce regard supplémentaire porté, avec une certaine distance, sur tous les matériaux rassemblés par le rédacteur d'un article contribue à renforcer considérablement sa crédibilité et l'exactitude des informations publiées.

Il faut également percevoir en quoi ce travail de vérification conduit les journaux et magazines à rompre, parfois, avec une certaine impartialité. Les fact-checkeurs vont appliquer de manière impartiale leur méthode de vérification sur l'ensemble des points de vue exprimés dans un article ; mais ils ne vont pas s'efforcer de conclure à un même degré de véracité les concernant. En somme, l'impartialité n'a pas lieu d'être une fin en soi et le fact-checking, en corrigeant un certain nombre de faits vérifiés au sein des articles, conduit le journal à présenter une information plus utile à son lecteur : le fruit d'un journalisme de vérification, plutôt que d'un journalisme d'assertion¹⁵⁰. Un journalisme qui, également, donne potentiellement moins prise à des attaques en justice.

¹⁵⁰ KOVACH Bill et ROSENSTIEL Tom, *Principes du journalisme*, op. cit., p. 139

Il est toutefois à noter que les équipes de fact-checkeurs ainsi constituées à partir des années 1920 (souvent appelées *research departments*) vont connaître des coupes sombres à la toute fin du XX^e siècle, alors que les effectifs étaient menacés de toute part. En 1996 et 1997, *Time* puis *Newsweek* vont alors créer des postes mixtes de « reporters-researchers » et abandonner le fact-checking classique. Ce sera la même chose pour *Fortune*, *Vogue*, *Village Voice*, *Esquire* et bien d'autres plus récemment¹⁵¹.

3.2. La déclinaison politique d'une « tradition » journalistique

3.2.1. Les premiers sites web dédiés au fact-checking politique

C'est bel et bien un nouveau fact-checking qui apparaît aux États-Unis à compter des années 2000, à la faveur du développement des médias sur Internet et de l'aggravation de la crise économique qui touche durement les médias¹⁵². Il supprime quasiment l'ancien, que les très nombreuses réductions d'effectifs dans la presse américaine à compter de la fin des années 1990 ont donc quasiment tué.¹⁵³ Il s'agit toujours d'un travail de vérification, certes, mais qui a opéré un glissement, abandonnant l'examen exhaustif et systématique des contenus journalistiques *a priori* (avant publication) au contrôle ponctuel de citations publiques *a posteriori*. D'aucuns pourraient y voir un exercice sans rapport avec celui des origines, dont il ne reprendrait finalement que l'appellation. Mais les résultats de nos recherches nous incitent au contraire à les lier directement : le fact-checking des années 2000 est bien l'héritier du fact-checking des années 1920, adapté aux contraintes de son temps. Ce changement de paradigme à propos du fact-checking et, plus globalement, de la place et des moyens accordés à la vérification par les médias, plusieurs études l'ont

¹⁵¹ SILVERMAN Craig, *Regret The Error, How Media Mistakes Pollute The Press And Imperil Free Speech*, op. cit., p. 286-292

¹⁵² Voir chapitre 2. Pour mémoire : aux États-Unis, les rédactions se sont séparées de près de 40% de leurs effectifs au cours des 20 dernières années recensées, passant de 53 800 à 32 900 entre 1994 et 2004. PEW RESEARCH CENTER, *State of the News Media*, Washington, Pew Research Center, 2016.

¹⁵³ SILVERMAN Craig, *Regret The Error, How Media Mistakes Pollute The Press And Imperil Free Speech*, op. cit., p. 286-292

démonstré. Nous avons déjà évoqué plus haut l'environnement plus ou moins propice à la vérification qui est celui des médias au fil des dernières décennies. Nous avons déjà détaillé à ce sujet le constat établi par la *Columbia Journalism Review*¹⁵⁴ à propos des magazines américains et de leur version en ligne : le moindre effort consacré aux parutions en ligne, voire l'absence totale de fact-checking, le tout pour une majorité de magazines¹⁵⁵.

Dans ce contexte de forte remise en cause des standards journalistiques à l'échelle des rédactions toute entières, pourtant, des professionnels vont manifester leur envie de renouer avec ces préceptes de la vérification pointilleuse du contenu des médias. C'est ainsi que naît le fact-checking moderne, avec lequel il n'est plus question de vérifier scrupuleusement, tel de super-SR, les noms, dates, chiffres et faits dans l'ensemble des articles, avant parution. Cette nouvelle pratique consiste à contrôler la véracité des propos tenus par des responsables politiques ou d'autres personnalités dans le champ public (interviews radio ou télévisées, meeting, etc.). Et ce phénomène est assez bien décrit par Federico Guerrini, dans son article « From traditional to online fact-checking », paru en 2013 :

« Le fact-checking est une pratique journalistique ancienne qui bénéficie désormais d'une plus grande visibilité, grâce aux possibilités offertes par Internet. (...) Les publications, notamment les publications hebdomadaires et mensuelles, ont besoin de vérifier le contenu des articles écrits par leurs journalistes (...). Un travail important qu'ont commencé à réaliser systématiquement les magazines américains – comme Time et le New Yorker dans les années 1920. Il était confié à une équipe dédiée (essentiellement féminine), quoique de plus en plus réduite en taille et en importance au fur et à mesure que les magazines ont lutté pour limiter les coûts et réduire les effectifs. (...). Mais au-delà de la question du fact-checking (notamment du fact-checking politique), tel qu'il est développé sur Internet à travers des blogs et des sites indépendants, se cache un enjeu majeur. Quand vous jouez avec des concepts tels que la vérité, les

¹⁵⁴ NAVASKY Victor et LERNER Evan, *Magazines and Their Web Sites*, A Columbia Journalism Review survey and report, *op. cit.*, p. 13.

¹⁵⁵ Pour mémoire : le détail de cette étude a été évoqué dans la partie 2.2.3 de notre thèse.

choses se compliquent. Et la manière dont vous définissez le rôle du fact-checkeur est en fait intimement liée à votre position fondamentale envers le journalisme. »¹⁵⁶

En réalité, cette seconde version du fact-checking s'inscrit à la fois dans un contexte de montée en puissance d'Internet et de la possibilité pour chaque citoyen d'accéder lui-même à un certain nombre d'informations et à la fois au carrefour de plusieurs traditions du journalisme américain, ainsi « réveillées » par ces nouvelles possibilités de recouper les données. Pour ce qui est de la montée en puissance d'Internet et de ses innombrables possibilités en termes d'accès à l'information, il est tentant, comme le fait Lucas Graves, enseignant à l'école de journalisme de l'université du Wisconsin et spécialiste du fact-checking, de dater le coup d'envoi du fact-checking moderne au 9 décembre 2001. Ce jour-là, en effet – deux mois après le 11 septembre – le journaliste-écrivain-blogueur Ken Layne lance un avertissement en direction des principaux médias américains. Il s'insurge alors contre une fausse information véhiculée par le correspondant du journal britannique *The Independent* au Proche-Orient, Robert Fisk :

« Nous sommes en 2001 et nous pouvons fact-checker votre cul. Et vous, comme les autres anti-Américains, n'êtes plus en mesure d'habiller vos misérables reportages avec de la fiction. Nous avons des ordinateurs. »¹⁵⁷

Graves analyse cette anecdote comme un tournant vers l'éclosion d'un nouveau fact-checking :

¹⁵⁶ « Fact-checking is an old journalistic practice now being brought into considerably greater prominence due to the possibilities offered by the Internet. (...) Publications, especially weekly and monthly ones, need to check the content of articles written by their reporters (...). An important job, that began to be done systematically at some US magazines – like *Time* and the *New Yorker* in the 1920s. It was done by a dedicated staff (composed mostly by women), albeit more and more reducing in size and importance as magazines have struggled to cover the costs and cut the workforce. It is also done ex-post in some newspapers, through a column for “mistakes and corrections”, as in the *Guardian* (corrections & clarifications), and in the *Wall Street Journal* (corrections & amplifications). But behind the issue of fact-checking (especially political fact-checking), as developed on the Internet through blogs and independent platforms, there's much more going on. When you deal with concepts like that of “truth”, things tend to get blurred and the way you define the role of the fact-checker is actually intimately connected to your core attitude towards journalism. »

GUERRINI Federico, « From traditional to online fact-checking », *Oxford Magazine*, Eighth Week, Trinity Term, 2013, p. 5
Disponible sur : https://docuri.com/download/from-traditional-to-online-fact-checking_59c1dadff581710b28681ea6_pdf
(page consultée le 25 septembre 2017).

¹⁵⁷ « It's 2001, and we can Fact Check your ass. And you, like many in the Hate America movement, are no longer able to dress your wretched "reporting" in fiction. We have computers. »
LAYNE Ken, post de blog archivé par le blogueur politique Glenn Reynolds sur son site Instapundit.com. Disponible sur : https://pjmedia.com/instapundit/archive/oldarchives/2001_12_09_instapundit_archive.html#7787796 (page consultée le 30 décembre 2016).

« En réalité, le cri de ralliement (we can fact-check your ass) n'aurait pas seulement d'une critique des médias, mais de nouvelles formes de journalisme et de discours politique. Dans la dernière décennie, une nouvelle catégorie d'organisation de fact-checking est apparue, s'appuyant sur des équipes professionnelles et des ressources dédiées – avec des budgets parfois en millions de dollars – pour évaluer la véracité des déclarations publiques. Ces nouveaux opérateurs de fact-checking ont établi un rapprochement entre les sphères politiques et médiatiques. Ils opèrent au niveau d'un état ou nationalement. Certains sont à but non-lucratif et promeuvent la transparence et la bonne gouvernance. D'autres sont ouvertement partisans. (...) La langue du fact-checking a également été adoptée par les élus eux-mêmes, qui désormais publient des déclarations destinées à fact-checker leurs opposants politiques, soit en se basant sur leurs propres recherches, soit en citant des fact-checkeurs professionnels. »¹⁵⁸

Bien sûr, cet auteur n'omet pas de rappeler que le fact-checking – ainsi que nous l'avons décrit plus haut – fait bien partie, avant cela, de l'histoire du journalisme américain, à ceci près qu'il avait jusqu'alors été utilisé pour expurger des erreurs et mensonges les colonnes de journaux qui y recouraient. En aucun cas, il s'agissait alors d'attirer l'attention sur ces mensonges et erreurs, comme cela sera la vocation du nouveau fact-checking né avec Internet, que Lucas Graves désigne comme « la vérification des faits après les faits » (« *fact-checking after the fact* ») ou « la vérification de déclarations une fois qu'elles sont déjà publiées » (« *assessing claims once they are already in the news* »)¹⁵⁹.

Mais au-delà de cette montée en puissance d'Internet, ce fact-checking renouvelé s'inscrit également au carrefour de plusieurs traditions du journalisme américain. On

¹⁵⁸ « In fact, the rallying cry augured not just press criticism, but entirely new forms of journalism and of political speech. In the last decade a new class of dedicated fact-checking organizations has emerged, using trained staff and dedicated resources — with budgets sometimes in the millions of dollars — to assess the truth of public claims. These new fact-checking groups bridge the media and political spheres. They operate at the state level and nationally. Some are nonprofit groups who promote transparency and “good government.” Other are openly partisan. (...) The language of fact-checking has also been adopted by elected officials themselves, who now routinely issue statements purporting to “fact-check” their political opponents, based on their own research or citing dedicated factcheckers. »
GRAVES Lucas, *Deciding What's True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News*, op. cit., p. 2

¹⁵⁹ *Ibid.*, p. 3

peut ainsi affirmer que la tendance très majoritairement politique des contenus des médias qui pratiquent le fact-checking à compter des années 2000 les rapprochent du « ad watch journalism » (« ad » pour « advertising »). Dans les années 1990, ce format journalistique s'est attaché à évaluer l'exactitude des informations contenues dans les publicités politiques, notamment celles qui étaient diffusées à la télévision. Cela au moyen d'articles souvent appelés « truth boxes ». D'ailleurs, des journalistes qui, plus tard, œuvreront pour les principaux sites de fact-checking, ont d'abord fait du *ad-watching*. Brooks Jackson, fondateur de *Fact-check.org*, a ainsi été l'un des premiers à faire du « ad watch journalism » sur CNN pendant la campagne présidentielle Bush / Clinton de 1992 ; Glenn Kessler, qui travaille pour le « Fact-Checker » du *Washington Post*, a fait la même chose pour le quotidien *Newsday* pendant la campagne de 1996 cette fois ; etc.¹⁶⁰

Le nouveau fact-checking s'apparente aussi à ce que l'on appelle, aux États-Unis, le « watchdog journalism », un journalisme de dénonciation, vigilant quant aux abus et mauvaises pratiques des organisations et personnels politiques notamment. Les caractéristiques du « watchdog journalism » sont en effet assez proches des qualités que revendiquent les nouveaux fact-checkeurs, à savoir l'objectivité, la factualité et une couverture critique des faits et déclarations des décideurs¹⁶¹.

Toutefois, si ces incursions historiques permettent de relier le fact-checking moderne à plusieurs traditions du journalisme étatsunien, il ne faut pas omettre de signaler qu'entre la perte d'influence du fact-checking des origines et l'émergence de ce nouveau fact-checking politique, aux États-Unis, plusieurs autres expériences auront eu lieu. Sans vouloir trop détailler l'histoire de ce journalisme américain, nous pouvons signaler l'expérience dite de « truth-squadding » menée au début de la présidence Reagan, en particulier dans les colonnes du *Washington Post*. À la suite des conférences de presse données par le président, le journal faisait paraître, en marge du compte rendu et des principales déclarations, un encadré de vérification¹⁶².

¹⁶⁰ DOBBS Michael, *The Rise of Political Fact-checking, How Reagan Inspired a Journalistic Movement*, Washington, New America Foundation, 2012, p. 6. Disponible sur : <https://www.issuelab.org/resources/15318/15318.pdf> (page consultée le 25 septembre 2017).

¹⁶¹ JEBRIL Nael, « Is Watchdog Journalism Satisfactory Journalism? A Cross-national Study of Public Satisfaction with Political Coverage », *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2013, p. 5

¹⁶² DOBBS Michael, *The Rise of Political Fact-checking, How Reagan Inspired a Journalistic Movement*, *op. cit.*, p. 4-5

Pourtant plus ancienne d'une vingtaine d'années par rapport à l'émergence des premiers acteurs du fact-checking moderne, cette expérience est déjà extrêmement proche de ce qui va être progressivement institutionnalisé par la suite, aux États-Unis comme ailleurs dans le monde.

Conformément à l'existence de liens – que nous nous sommes efforcés d'esquisser – entre le développement des technologies du web et celui du fact-checking de nouvelle génération, nous lions volontiers l'apparition de cet exercice de vérification systématique de la parole publique à la création, en 2001, de ce qui semble être le plus ancien des sites internet de fact-checking non-partisans¹⁶³ : *Spinsanity.org*. Ainsi, les médias traditionnels n'ont pas seuls, été moteurs, de cette pratique. Ce sont des initiatives « universitaires » ou « citoyennes » qui ont pris les devants. Pour ce qui est de *Spinsanity.org*, sous-titré « *countering rhetoric with reason* », il a été lancé par Ben Fritz, Bryan Keefer et Brendan Nyhan, trois jeunes diplômés de l'université¹⁶⁴, avec une mission clairement exprimée : « *Un site watchdog non partisan destiné à démêler les déclarations trompeuses des politiciens, des experts et de la presse.* »¹⁶⁵ Il aura permis à ses auteurs de rédiger quelque 400 articles (parfois diffusés également sur le site politique *Salon.com* et dans le quotidien *Philadelphia Inquirer*) et même d'en tirer un ouvrage à succès (*All the President's Spin, George W. Bush, the Media and the Truth*, Touchstone, 2003), le tout avant 2005, date à laquelle les trois fondateurs ont décidé de ne plus l'alimenter en nouveaux articles. Tout en lançant un appel :

« *Nous espérons que vous poursuivrez le combat en faveur d'un débat politique plus factuel et rationnel. Contrairement à ce qu'il était lorsque nous avons lancé Spinsanity, le fact-checking bénéficie aujourd'hui d'une attention soutenue de la part des principaux médias et de sites web comme*

¹⁶³ La création de très nombreux sites et blogs de fact-checking liés à un parti est exclue de notre travail, focalisé sur le fact-checking à vocation journalistique et professionnelle. Nous avons également exclu de ce recensement d'initiatives éditoriales le site *pure-player Snopes*, créé en 1994 pour démentir rumeurs et légendes urbaines, et qui est devenu beaucoup plus récemment un acteur professionnel à part entière du fact-checking (et du fact-checking politique notamment).

¹⁶⁴ Brendan Nyhan, diplômé de la Duke University, a collaboré à la *Columbia Journalism Review* et est aujourd'hui professeur de sciences politiques au Dartmouth College. Il continue de publier des travaux sur les effets du fact-checking sur le débat public.

¹⁶⁵ « *A nonpartisan watchdog dedicated to unspinning misleading claims from politicians, pundits and the press.* » FRITZ Ben, KEEFER Bryan, NYHAN Brendan, « About Spinsanity », *Spinsanity*, avril 2001. Disponible sur : <http://spinsanity.org/about/> (page consultée le 30 décembre 2016).

Factcheck.org et Cjrdaily.org (où travaille Bryan). Mais il en faut encore davantage. Comme nous l'avons écrit dans la conclusion de All the President's Spin, nous croyons qu'un engagement citoyen, une presse active et un fort réseau de sites et blogs de fact-checking peuvent aider à inverser la tendance de tromperie que nous observons actuellement. »¹⁶⁶

The screenshot shows the homepage of Spinsanity.org. The header features the logo 'spinsanity' with the tagline 'countering rhetoric with reason'. Below the header is a navigation menu with links for Home, Columns, Posts, Topics, Email list, and About, along with a search box. The main content area displays a post titled 'Goodbye from Spinsanity (1/19)'. The text of the post explains that the site is being discontinued and provides links to the authors' personal websites. Below this, there is a section titled 'Media as watchdogs: Loud bark, weak bite (11/11)' by Ben Fritz, Bryan Keefer, and Brendan Nyhan. The footer contains copyright information and logos for PRO and YACCS.

Capture 1. Le site Spinsanity.org, créé en 2001 (page consultée le 7 septembre 2017).

Une telle expérience, de blog sur Internet, n'a bien entendu pas bénéficié de la même audience qu'un média plus classique. Elle n'est donc été d'aucun secours quand se profile ce que de nombreux journalistes américains appellent le « WMD fiasco », autrement dit le fiasco journalistique de l'affaire des armes de destruction massive. En 2003, en effet, lorsque l'administration Bush, à la suite du 11 septembre 2001, prétexte disposer de la preuve que Saddam Hussein va mettre en œuvre des armes de

¹⁶⁶ « We hope you'll keep up the fight for a more factual and rational political debate. Unlike when we first launched Spinsanity, fact-checking is now receiving sustained attention in the mainstream press and at websites like factcheck.org and cjrdaily.org (where Bryan works). But more is still needed. As we wrote in the conclusion to All the President's Spin, we believe an engaged citizenry, active press and strong network of fact-checking websites and blogs can help turn the tide of deception that we now see. »

FRITZ Ben, KEEFER Bryan, NYHAN Brendan, « About Spinsanity », *op. cit.*

destruction massive pour déclarer la guerre à l'Irak. Le journaliste Michael Dobbs a analysé ce phénomène fondateur, selon lui :

« L'idée est désormais largement partagée que les médias ont échoué à fact-checker correctement les assertions de l'administration Bush à propos des armes de destruction massive en Irak pendant la préparation de la guerre d'Irak de 2003. (...) Exactement de la même manière que la guerre du Vietnam a détruit l'étroite relation entre les présidents et les journalistes accrédités à la Maison Blanche, le fiasco des armes de destruction massive a conduit les journalistes des principaux médias à devenir plus précautionneux avant de traiter des déclarations non vérifiées d'hommes politiques de tous bords. Plusieurs fact-checkeurs d'aujourd'hui se remémorent cet épisode comme une occasion manquée¹⁶⁷. »

Toutefois, le site qui est généralement cité en référence historique en matière de fact-checking reste bel et bien *FactCheck*, lancé par le Annenberg Public Policy Center de l'université de Pennsylvanie dès 2003 et qui fonctionne désormais également grâce à des donateurs dont la liste est publiée chaque année. Assez austère dans la mise en page de ses articles publiés en ligne, *FactCheck* expose ainsi ses objectifs :

« Nous sommes défenseurs des droits des consommateurs, non-partisan et à but non lucratif, destiné aux électeurs qui souhaitent réduire le niveau de tromperie et de confusion dans la politique américaine. Nous surveillons l'exactitude factuelle de ce qui est dit par les principaux acteurs politiques américains sous la forme de publicités télévisées, de débats, de discours, d'interviews et de communiqués de presse. Notre but est de mettre en application conjointement les meilleures pratiques du

¹⁶⁷ « It is now widely accepted that the mainstream media failed to adequately fact check claims by the Bush administration about weapons of mass destructions in Iraq during the run-up to the 2003 Iraq war. (...) Just as the Vietnam war destroyed the cozy relationship between presidents and the White House press corps, the WMD fiasco caused many mainstream journalists to become much more cautious about accepting uncorroborated claims by politicians of all stripes. Several present day fact checkers look back on the episode as "a missed opportunity. »

DOBBS Michael, *The Rise of Political Fact-checking, How Reagan Inspired a Journalistic Movement*, op. cit., p. 6

journalisme et du monde académique pour ainsi augmenter le niveau de connaissance et de compréhension du public. »¹⁶⁸

Capture 2. Le site *FactCheck.org*, créé en 2003 (page consultée le 7 septembre 2017).

Cette initiative académique sera suivie, en 2007 seulement – lors de la campagne pour l'élection présidentielle américaine de 2008 – par les premières initiatives issues de médias « traditionnels ». À commencer par celles du *Washington Post* et du *Tampa*

¹⁶⁸ « *We are a nonpartisan, nonprofit “consumer advocate” for voters that aims to reduce the level of deception and confusion in U.S. politics. We monitor the factual accuracy of what is said by major U.S. political players in the form of TV ads, debates, speeches, interviews and news releases. Our goal is to apply the best practices of both journalism and scholarship, and to increase public knowledge and understanding.* » FACTCHECK, « Our mission », 2003. Disponible sur : <http://www.factcheck.org/about/our-mission/> (page consultée le 30 décembre 2016)

Bay Times. Fondé par le journaliste chevronné du *Post* Michael Dobbs, puis piloté par son confrère Glenn Kessler, également contributeur de nombreuses rubriques du journal dans sa carrière, « Fact Checker » est un blog politique hébergé par le site internet du quotidien. Il est né d'une rubrique ponctuelle dans la version papier du journal (où il paraît encore chaque dimanche) avant de devenir permanent, sur le web, à compter de 2011.

The screenshot shows the 'Fact Checker' section of the Washington Post website. At the top, the site's logo 'The Washington Post' and tagline 'Democracy Dies in Darkness' are visible. Below the logo, there is a navigation bar with links for 'In the News', 'Rush Limbaugh', 'White person' letter', 'John Kelly', 'Tiger attack', 'Oregon wildfire', 'DWTS', and 'Police lawsuit'. The main heading is 'Fact Checker' with the subtitle 'The Truth Behind The Rhetoric | By Glenn Kessler'. Below this, there are navigation links for 'Congress', 'Issues', 'Trump', '2020 Candidates', and 'About'. An advertisement placeholder is present, stating 'Ad closed by Google' with buttons for 'Report this ad' and 'Why this ad?'. The main content area features two analysis articles. The first article is titled 'Did Obama allow a 'back door' to citizenship through DACA?' and includes a photo of Barack Obama. The second article is titled 'The Trump administration's claim that DACA 'helped spur' the 2014 surge of minors crossing the border' and includes a photo of Donald Trump. Both articles are attributed to Glenn Kessler and include publication dates.

Capture 3. Le blog « Fact Checker », créé en 2007 sur le site du *Washington Post* (page consultée le 7 septembre 2017).

Dans son projet, figure également la contribution des internautes :

« L’objectif de ce site web et de l’article qui l’accompagne dans l’édition imprimée du dimanche du Washington Post est de vérifier les déclarations des personnalités politiques à propos des problématiques principales, qu’elles soient nationales, internationales ou locales. (...) Le succès de ce projet dépend, dans une large mesure, de votre participation à vous, les lecteurs. Nous compterons sur nos lecteurs pour nous suggérer des thèmes à fact-checker et des indications sur des déclarations erronées des politiques candidats, des groupes d’intérêts et des médias. Les lecteurs peuvent même voter pour déterminer les sujets qu’ils ont besoin de voir aborder. Une fois que nous avons posté un article sur un sujet, nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires et participations. »¹⁶⁹

Ce qui a fait la renommée du blog « Fact-Checker » est notamment son mode d’évaluation de la véracité des propos : à chaque citation est attribuée un nombre de Pinocchios (entre un et quatre), voire un Geppetto lorsque la citation ne contient que la vérité.

Le *Tampa Bay Times*, lui, sur le site Internet dédié *Politifact*¹⁷⁰, créé par le journaliste et professeur de journalisme (Duke University, Poynter Institute) Bill Adair, multiplie les échelles de mesure pour établir la véracité des citations politiques (un compteur appelé « Truth-O-Meter »), mais aussi pour contrôler si les promesses de campagne des présidents Obama, puis Trump, ont été ou non tenues (« Obameter », « Trump-O-Meter »), ou celles du Parti républicain depuis qu’il a la majorité au Congrès (GOP-Pledge-O-Meter), ainsi que les déclarations des commentateurs et analystes qui s’expriment dans les médias (PunditFact).

¹⁶⁹ « The purpose of this Web site, and an accompanying column in the Sunday print edition of *The Washington Post*, is to “truth squad” the statements of political figures regarding issues of great importance, be they national, international or local. (...) The success of this project depends, to a great extent, on the involvement of you—the reader. We will rely on our readers to send us suggestions on topics to fact check and tips on erroneous claims by political candidates, interest groups, and the media. Readers can even vote on what topics they need to have addressed. Once we have posted an item on a subject, we invite your comments and contributions. »

KESSLER Glen, « About The Fact Checker », *The Washington Post*, 11 septembre 2013. Disponible sur : https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/about-the-fact-checker/?utm_term=.f223fb44a384 (page consultée le 30 décembre 2016)

¹⁷⁰ Né d’une idée de Bill Adair, qui ne supportait plus de couvrir les campagnes électorales sans pouvoir prendre le temps de vérifier les dires des candidats, le site manqua s’appeler “Campaign Referee”, ainsi que l’a relevé Lucas Graves, dans ses recherches.

Capture 4. Le site *Politifact*, créé en 2007 (page consultée le 7 septembre 2017).

La singularité de ce site, qui met à contribution les journalistes et reporters de la rédaction de son quotidien de tutelle (publié uniquement en Floride) est que, telle une franchise, il a vocation à créer des déclinaisons pour chaque état américain (dix huit à fin 2016). *Politifact.com* a également la particularité d'avoir remporté, en 2009, le prestigieux prix Pulitzer – face, notamment, à *FactCheck.org* – dans la catégorie « National reporting », ce qui a contribué à asseoir sa réputation et à crédibiliser fortement le fact-checking comme une nouvelle forme de journalisme ou, tout du

moins, une « *réinvention du watchdog journalism à l'ère numérique* », selon une expression des dirigeants de Politifact eux-mêmes.

En août 2014, le site a mis en ligne un article de l'une de ses contributrices intitulé « *7 steps to better fact-checking* », afin de répondre aux interrogations de ses lecteurs sur sa méthodologie de travail, montrant ainsi que le fact-checking politique à l'américaine est effectivement engagé dans un « *work in progress* » tout en étant très lié aux fondements historiques du fact-checking plus classique tel qu'il est apparu aux États-Unis :

« Le fact-checking n'est pas si différent du journalisme traditionnel, mais sa perspective est différente, notamment l'attention sans relâche qu'il porte aux preuves. Quand vous fact-checkez, votre but est de mettre au jour toutes les preuves. Au fil des années, nous avons développé tout un tas de stratégies de recherches. Lorsque nous sommes à la chasse aux preuves, nous utilisons une checklist pour nous assurer que nous n'oublions rien. Et bien que chaque vérification soit différente, vous pouvez utiliser les mêmes techniques pour débusquer les faits et parvenir à la vérité. »¹⁷¹

Avec, parmi les sept étapes en question, la première, assez caractéristique :

« 1 - Demander des preuves à l'auteur de la déclaration. C'est basique, mais nous avons constaté que c'était la meilleure façon de commencer. Nous avons trouvé que les personnes qui font des déclarations factuelles, y compris lorsqu'elles s'expriment spontanément, sont généralement capables de vous dire quelle est la source de leur déclaration. Les gens ne font pas des déclarations venues de nulle part, y compris les plus inexacts. Considérez les preuves que vous obtenez de la part des orateurs comme une feuille de route. Une fois que vous en disposez, vous pouvez rechercher une autre preuve qui la contredit ou la confirme. De plus, il est

¹⁷¹ « *Fact-checking isn't so different from traditional journalism, but it does have a different outlook, specifically, a relentless focus on evidence. When you're fact-checking, your goal is to uncover all the evidence. Over the years, we've worked out some super-charged search strategies. When we're on the hunt for evidence, we use a checklist to make sure we don't miss anything. While every fact-check is different, you can use the same techniques to ferret out facts and get to the truth.* »

ADAIR Bill et DROBNIC HOLAN Angie, « *The Principles of PolitiFact, PunditFact and the Truth-O-Meter* », *PolitiFact*, 1er novembre 2013. Disponible sur : <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/> (page consultée le 30 décembre 2016).

convenable de dire aux gens que vous fact-checkez leurs propos, de sorte qu'ils puissent donner leur version des faits. »¹⁷²

Bien entendu, *FactCheck.org*, *The Fact Checker* et *Politifact.com* (aujourd'hui partenaire de dix-huit rédactions de médias traditionnels aux États-Unis) ne sont que les principaux sites pionniers consacrés au fact-checking moderne aux États-Unis¹⁷³. Bien d'autres sont nés depuis, en particulier à l'occasion de la présidentielle 2016. Le Duke Reporters' Lab, qui explore les nouvelles formes de journalisme – dont le fact-checking – pour le compte de la Duke University, aux États-Unis, évaluait leur nombre à environ 50, début 2016, puis 126 dans 49 pays en juin 2017¹⁷⁴. De récentes études sur le sujet ne font d'ailleurs aucun mystère de l'ampleur qu'est en train de prendre, outre atlantique, ce phénomène de vérification des faits :

« Le fact-checking est l'une des principales innovations dans les pratiques journalistiques au cours des dernières années. Il a pris de l'importance au cours de la campagne présidentielle américaine de 2004. Au cours de cette période, le fact-checking a gagné du terrain chez les journalistes aux États-Unis et, de plus en plus, ailleurs dans le monde (Kessler, 2014). Il est difficile de mesurer précisément ce phénomène, mais la plupart des médias nationaux de presse écrite et de télévision aux États-Unis et des dizaines d'autres à l'échelle locale ou des États sont aujourd'hui investis, sous une forme ou une autre, dans le fact-checking (Adair & Thakore, 2015; Moore, 2012; Spivak, 2011). Cependant, malgré sa très forte

¹⁷² « 1 - Ask the person making the claim for evidence. This is basic, but we find it's often the best place to start. We find that when people make factual statements, even if they're speaking completely off the cuff, they will usually be able to tell you that they got the claim from somewhere. People tend not to make up statements out of thin air, even inaccurate ones. Consider the evidence you get from speakers as a tip sheet. Once you have it, you can look for other evidence that contradicts it or confirms it. Also, it's basic fairness to tell someone you're fact-checking them, so they can give their side of the story. »

DROBNIC HOLAN Angie, « 7 steps to better fact-checking », *PolitiFact*, 20 août 2014. Disponible sur : <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2014/aug/20/7-steps-better-fact-checking/> (page consultée le 30 décembre 2016).

¹⁷³ Il est intéressant de noter que ces trois acteurs principaux et pionniers du « modern fact-checking » américain traitent tous, en priorité, des affirmations fausses, voire des affirmations vraies dont la véracité est a priori méconnue du plus grand nombre. Tous sollicitent également leurs lecteurs pour qu'ils leur soumettent des assertions à vérifier.

¹⁷⁴ STENCEL Mark, « Global fact-checking up 50% in past year », *Duke Reporters' Lab*, 16 février 2016. Disponible sur : <http://reporterslab.org/global-fact-checking-up-50-percent> (page consultée le 30 décembre 2016). Et STENCEL Mark, « Fact-checking booms as numbers grow by 20 percent », *Duke Reporters' Lab*, 30 juin 2017. Disponible sur : <https://reporterslab.org/fact-checking-booms-as-numbers-grow-by-20-percent/> (page consultée le 3 août 2017).

*visibilité, une minorité de newsrooms propose actuellement du fact-checking politique régulièrement. »*¹⁷⁵

Autrement dit, c'est un nouveau fact-checking très différent de ses origines qui est aujourd'hui en train de se développer dans les médias étatsuniens et même ailleurs dans le monde. Il consiste à vérifier, *a posteriori*, des déclarations publiques d'hommes politiques (principalement), glanées dans le champ médiatique, le plus souvent, d'ailleurs, à l'extérieur des colonnes et émissions du média pour lequel ces fact-checkeurs travaillent eux-mêmes. Comme si, de manière plus ou moins consciente, on réutilisait l'appellation ancienne d'une pratique reconnue et qui a participé à rendre crédible le travail journalistique pour redonner aujourd'hui aux médias le crédit qu'ils auraient perdu au fil des crises structurelles et conjoncturelles qui les ont obligés à constamment réduire leurs effectifs.

Il n'est toutefois pas question de relater ici un mouvement « naturel » de l'ensemble des rédactions américaines qui, constamment, à compter des années 2000, opéreraient les unes après les autres pour un travail important de fact-checking. Aux États-Unis aussi, le débat a existé et continue d'exister à propos de cette pratique. Il ne passe pas inaperçu, en effet, que des journalistes s'adjugent le droit de trancher entre les argumentaires des hommes et des partis politiques de tampons « vrai » ou « faux » qui ponctuent leurs articles comme tomberait un couperet. Car, avec ce « *modern-day fact-checking* » il s'agit, ni plus ni moins, selon l'analyse de Michael Dobbs¹⁷⁶, d'un « transfert de pouvoir » en faveur des médias (après une période difficile) : ils abandonnent l'objectivité du « fair and balanced », de l'obligation de rapporter les différents points de vue sur une question (le « he said, she said »), de commenter les période pré-électorales à la manière d'une « horse-race », au profit d'une quête de vérité plus affirmée, à travers laquelle toutes les parties peuvent être citées, mais sans nécessairement leur apporter le même crédit. Ce débat explique en partie pourquoi

¹⁷⁵ « *Fact-checking is one of the most significant innovations in journalistic practice in recent years. (It) gained new prominence during the 2004 U.S. presidential race. (...) During this period, fact-checking has gained traction rapidly among journalists in the United States and, increasingly, overseas (Kessler, 2014). Precise measures are difficult to find, but nearly every national news organization in print and broadcast in the United States and dozens more at the state and local level now engage in some form of fact-checking (Adair & Thakore, 2015; Moore, 2012; Spivak, 2011). Despite its high visibility, though, a minority of newsrooms currently offer political fact-checking on a regular basis. »*

GRAVES Lucas, NYHAN Brendan, REIFLER Jason, « Understanding Innovations in Journalistic Practice: A Field Experiment Examining Motivations for Fact-Checking », *Journal Of Communication*, 66, 2016, p. 106

¹⁷⁶ DOBBS Michael, *The Rise of Political Fact-checking, How Reagan Inspired a Journalistic Movement*, *op. cit.*, p. 1

c'est un fact-checking « externe », comme le nomme Craig Silverman, qui a le premier émergé, d'abord sous la houlette de blogueurs, de citoyens engagés, d'organisations non-gouvernementales et de sites non-lucratifs, puis, très progressivement au cœur de médias reconnus.

Quoi qu'il en soit, à l'évidence, ces trois sites professionnels dédiés au fact-checking, que Lucas Graves appelle « *elite national fact-checking sites* »¹⁷⁷ semblent éclore, dans l'histoire du journalisme américain, au moment où se conjuguent une opportunité technologique (l'environnement d'Internet, des blogs et des réseaux sociaux et l'accès facilité aux données), une réalité économique (crises de la presse) et des mises en cause professionnelles fortes (critique des médias). Comme cet exercice nouveau – pour ne pas encore parler de genre – relevait d'une réelle adaptation, d'une réponse d'une partie des journalistes, à ce triple phénomène.

Cet aspect, qui fait du fact-checking un outil particulièrement dans l'air du temps journalistique, est également prépondérant dans l'émergence de ses avatars français. Même si, comme nous le verrons par la suite, cette émergence (toujours plus ou moins le fruit d'initiatives individuelles, des deux côtés de l'Atlantique) s'avère plus chaotique, en grande partie pour des raisons liées à l'histoire du journalisme français.

3.2.2. De nombreuses initiatives et innovations à venir

Les expériences de fact-checking observées jusqu'à présent se révèlent, ainsi que nous l'avons démontré, précurseurs de ce nouveau travail de vérification des déclarations publiques – généralement politiques – après leur publication ou diffusion dans les médias ou, tout du moins, dans l'espace public. Elles revêtent chacune une apparence propre – sur le plan graphique par exemple – mais comportent de très nombreux points de convergence quant à leur finalité bien sûr (conclure si l'argument utilisé semble factuellement vrai ou faux), mais également quant à leur méthodologie de travail (choix des citations à vérifier, recherche d'information, etc.), quant à leurs choix éditoriaux (recherche de citations fausses ou vraies, uniquement quand cela surprend), quant, enfin, à leur mode de diffusion, via leur propre site Internet, même

¹⁷⁷ GRAVES Lucas, *Deciding What's True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News*, thèse de doctorat en communication, New York, Columbia University, 2013, p. 125

si des partenariats sont parfois aussi établis avec des médias « traditionnels » pour donner plus d'écho à leur travail.

Toutefois, c'est un fait, toutes ces expériences ont montré, depuis leur mise en place au cours des années 2000, une grande difficulté à trouver une audience au moins aussi importante que les fausses informations qu'elles souhaitaient contrer. À l'évidence, pour plusieurs de ces acteurs, cela est dû aux décalages, en termes de timing et de diffusion, qui existent entre, par exemple, une phrase prononcée par un candidat à la Maison Blanche sur l'un des principaux *networks* à une heure de grande écoute et sa correction le lendemain, voire plusieurs jours plus tard (le temps de l'enquête nécessaire), sur la page d'accueil d'un site Internet de fact-checking. On arrive là aux limites de cette pratique, désormais proposée *a posteriori* – à contretemps pourrait-on dire – et sur un support différent, incapable de ce fait de toucher le même public, ni en quantité, ni en qualité, que celui qui a été exposé à une éventuelle intox.

C'est là le moteur de nombreuses réflexions conduites aux États-Unis autour des innovations à apporter pour rendre le fact-checking plus effectif. Certaines ont conduit les « *elite national fact-checking sites* » à conclure des accords avec des *networks* à l'occasion d'événement électoraux majeurs. D'autres ont incité *Politifact.com*, par exemple, à lier modèle économique et modèle éditorial à travers la construction d'un réseau en franchise : aujourd'hui, dix-huit journaux réalisent du fact-checking et le diffusent à travers autant d'États américains sous une même marque. D'autres réflexions encore ont amené les fact-checkeurs à tenter de se rapprocher au plus près du timing de diffusion des déclarations politiques, à l'occasion, par exemple, de débats télévisés entre candidats aux primaires. Dans ce dernier cas, les vérifications diffusées quelques minutes à peine après que les contrevérités ont été dites acquièrent une plus forte pertinence auprès du public ; mais elles dépendent grandement du stock des informations déjà vérifiées par le média fact-checkeur. En effet, il s'avère impossible, pour un journaliste, de vérifier en temps réel telle ou telle assertion d'un homme politique en direct, à moins de pouvoir se référer à un travail réalisé en amont.

La question de la vérification en direct est d'ailleurs celle que se pose tout particulièrement le *Washington Post*, lorsqu'il œuvre, en 2013, à la création d'un

outil de vérification simultanée des discours politiques : le « Truth Teller ». Cory Haik est alors en charge du projet et le décrit ainsi :

« Son objectif est de vérifier les discours le plus possible en temps réel. Le Truth Teller est le prototype d'une application d'information construite par le « Post » avec le soutien financier du fond « prototype » de la fondation Knight. Ce prototype, construit en trois mois, représente un grand pas vers un fact-checking en temps réel. (...) Le prototype du Truth Teller a été construit et fonctionne grâce à l'association de plusieurs technologies, dont certaines sont nouvelles, d'autres plus courantes. Nous avons associé de l'extraction vidéo et audio avec une technologie de transcription pour rechercher dans une base de données de faits et de fact-checking. (...) Effectivement, nous partons d'une vidéo, convertissons sa bande son en texte et confrontons ce texte avec notre base de données, puis visualisons en temps réel ce qui est vrai et ce qui est faux. La clé du succès de ce projet, c'est de construire une base de données qui fait autorité ; notre but est d'identifier les erreurs, pas d'en créer davantage. »¹⁷⁸

C'est précisément sur son double objectif de constituer un outil fiable et doté d'une très copieuse base de données que va buter ce premier projet de type « *automated fact-checking* » (fact-checking automatisé¹⁷⁹). Notamment parce que les moyens vont rapidement manquer : la fondation Knight – dédiée au journalisme et aux médias – n'accorde d'ailleurs « que » 50 000 dollars au projet, quand ses promoteurs en demandent 700 000. Si bien qu'après le lancement d'une version bêta en septembre 2013, le projet ne sera maintenu que quelques mois à peine par le *Washington Post* à compter de 2014. Le journal vient alors de changer de main et d'être repris par Jeff

¹⁷⁸ « *(It) aims to fact check speeches in as close to real time as possible. Truth Teller is a prototype of a news application built by the Post with funding from Knight Foundation's Prototype Fund. The prototype, built in three months, is a big step toward real-time fact checking. (...) The Truth Teller prototype was built and runs with a combination of several technologies - some new, some very familiar. We've combined video and audio extraction with a speech-to-text technology to search a database of facts and fact checks. (...) We are effectively taking in video, converting the audio to text, matching that text to our database, and then displaying, in real time, what's true and what's false. The key to the project's success is building an authoritative database - our goal is to identify falsehoods, not create more of them.* »

HAIK Cory, « *Debuting Truth Teller From the Washington Post, Real-Time Lie Detection Service at Your Service* », *Knightfondation.org*, 29 juillet 2013. Disponible sur : <http://www.knightfoundation.org/articles/debuting-truth-teller-washington-post-real-time-lie-detection-service-your-service-not-quite-yet> (page consultée le 31 décembre 2016).

¹⁷⁹ Le Duke Reporters' Lab et l'International Fact-Checking Network ont organisé, en mars 2016, la première conférence « Tech & Check », destinée à évoquer les dernières innovations en matière de fact-checking automatisé.

Bezos, fondateur du groupe *Amazon*. L'objectif (particulièrement ambitieux) de fact-checker en direct les vidéos diffusées en streaming ou même les paroles enregistrées d'un discours en même temps qu'elles sont prononcées n'a pu être atteint.

Une autre expérience de vérification instantanée, pour les écrits cette fois, a, elle, vu le jour à titre expérimental entre 2011 et 2014 : « Truth Goggles », littéralement « lunettes de vérité ». Son promoteur, Dan Schultz, en lien avec le laboratoire « média » du MIT (Massachusetts Institute of Technology), en proposera successivement deux versions. La seconde sera un outil d'annotation des contenus écrits ou lus sur le web et s'éloignera finalement du fact-checking. Mais la première – abandonnée depuis donc – se fondait sur la base de données des fact-checking réalisés par *Politifact* pour détecter, via une application, ce qui est factuellement vrai ou faux dans la page du site web que l'utilisateur est en train de lire. L'objectif est ainsi de réduire au maximum, voire à néant, le délai entre la « consommation » et la correction d'une fausse information.

Quant à « Claimbuster »¹⁸⁰, il s'agit d'un outil développé par l'université du Texas à Arlington pour analyser les retranscriptions des débats et prises de parole afin d'y détecter les affirmations factuelles qui mériteraient d'être vérifiées. Cet outil, conçu avec le soutien de fondations (National Science Foundation, Knight Foundation), doit ainsi aider les journalistes à identifier les affirmations sujettes à caution. Les chercheurs parties prenantes du projet résument ainsi son fonctionnement :

« Pour chaque phrase prononcée par les participants à un débat présidentiel, Claimbuster détermine si cette phrase comporte un aspect factuel et si sa véracité importe au public. (...) À la gauche de chaque phrase, s'affiche un score compris entre 0 (contenu factuel important peu probable) à 1 (fortement probable). Le calcul est basé sur des modèles d'apprentissage automatiques issus de milliers de phrases des débats passés, évaluées par des humains. Le classement aide les journalistes à prioriser leurs efforts pour évaluer la véracité des propos. Claimbuster libérera les journalistes de la tâche chronophage qui consiste à trouver des propos vérifiables, leur laissant davantage de temps pour enquêter et

¹⁸⁰ Cet outil est visible sur cette page : <http://idir-server2.uta.edu/claimbuster/> (page consultée le 31 décembre 2016).

écrire. En définitive, Claimbuster peut être utilisé avec les autres types de prises de parole (comme les interviews et les discours) et également adapté à un usage avec les réseaux sociaux. »¹⁸¹

Cet outil, toujours en cours de développement, ne permettra toutefois pas de parvenir à une vérification en direct. Tout au plus accélérera-t-il le processus de vérification déjà à l'œuvre dans les rédactions, en évitant aux journalistes de se mettre au travail sur de potentielles fausses pistes.

Là encore, notre énumération n'ambitionne pas d'être exhaustive. Tout juste a-t-elle vocation à résumer les pistes d'ores et déjà mises en œuvre aux États-Unis pour améliorer la capacité du grand public à accéder au fact-checking réalisé par les journalistes. Des pistes qui ont toutefois souvent montré leurs limites, en particulier au cours de la campagne pour l'élection présidentielle de 2016. En effet, l'élection du candidat républicain Donald Trump va, aux yeux de nombreux observateurs de la vie politique américaine, montrer l'incapacité des dispositifs de fact-checking à enrayer la crédulité des électeurs vis-à-vis de déclarations tantôt fausses, tantôt totalement fantaisistes. Ce processus de crédulité vis-à-vis de faits imaginaires, inventés ou mensongers qui recueillent l'adhésion du public, qui dépasse largement les contingences de la sphère médiatique, a par ailleurs été décrit par le sociologue Gérald Bronner dès 2013¹⁸². Toujours est-il que s'ensuit alors, depuis fin 2016, une très large remise en question du travail des médias et de la manière dont les citoyens accèdent à l'information. Large, parce qu'il dépasse le cadre des États-Unis, quelques mois après le vote britannique en faveur de la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne (les promoteurs de ce Brexit ont véhiculé de nombreuses contre-vérités sur lesquelles ils sont parfois revenus à l'issue du scrutin). Large aussi, parce qu'il ne

¹⁸¹ « For every sentence spoken by the participants of a presidential debate, ClaimBuster determines whether the sentence has a factual claim and whether its truthfulness is important to the public. (...) To the left of each sentence there is a score ranging from 0 (least likely an important factual claim) to 1 (most likely). The calculation is based on machine learning models built from thousands of sentences from past debates labeled by humans. The ranking scores help journalists prioritize their efforts in assessing the veracity of claims. ClaimBuster will free journalists from the time-consuming task of finding check-worthy claims, leaving them with more time for reporting and writing. Ultimately, ClaimBuster can be expanded to other discourses (such as interviews and speeches) and also adapted for use with social media. »

NAEEMUL Hassan, ADAIR Bill, HAMILTON James T. *et al.*, « The Quest to Automate Fact-Checking », *Columbia University*, octobre 2015, p. 3. Disponible sur : <http://cj2015.brown.columbia.edu/papers/automate-fact-checking.pdf> (page consultée le 31 décembre 2016).

¹⁸² BRONNER Gérald, *La démocratie des crédules*, Paris, Presses universitaires de France, 2013, 360 p.

concerne pas seulement les médias à proprement parler, mais aussi les réseaux sociaux – prioritairement *Facebook* et *Twitter* – accusés de créer, via les algorithmes qu’ils ont mis en place pour satisfaire leurs abonnés, des « bulles de filtres » qui maintiennent les utilisateurs dans un même cercle de connaissances : chacun est confronté au même type d’articles et d’informations pour lesquels il a déjà manifesté de l’intérêt auparavant. De là naîtront même des questionnements sur l’avènement d’une ère de la post-vérité (« post-truth era »¹⁸³), selon l’expression popularisée à la suite d’un article du *Guardian*¹⁸⁴, en Angleterre.

Cet épisode, qui semble fortement remettre en cause la pertinence du travail de fact-checking, qui n’a pas su enrayer des spirales de désinformation alors même qu’il était particulièrement exposé médiatiquement, va toutefois servir de déclencheur pour faire éclore d’autres initiatives intéressantes. Cette fois encore, au-delà de leur pertinence et de leur (in)succès, elles traduisent la vitalité de tout un pan du journalisme, orienté vers la quête d’une information toujours mieux vérifiée. On citera ainsi l’extension web « RealDonaldTrumpContext » du *Washington Post*¹⁸⁵, pour les navigateurs Chrome et Firefox, qui, depuis fin 2016, fait apparaître des précisions lorsque l’on lit les tweets publiés par le Président des États-Unis, Donald Trump. Chaque fois que l’on consulte, via le navigateur qui porte l’extension, un tweet écrit par lui, s’affiche, juste en-dessous, le commentaire du journal à son sujet. *Slate.com* a également misé sur une extension du navigateur Chrome, appelée « This Is Fake »¹⁸⁶, pour signaler aux internautes lorsqu’ils lisent un article de leur fil d’actualité qui contient une fausse information. Un bandeau rouge sur l’image de prévisualisation du contenu en question indique que cette information a été démentie et, grâce à un lien hypertexte,

¹⁸³ Ce terme a été consacré « Mot de l’année 2016 » par *Oxford Dictionaries*. Disponible sur : <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (page consultée le 31 décembre 2016).

¹⁸⁴ VINER Katharine, « How technology disrupted the truth », *The Guardian*, 12 juillet 2016. Disponible sur : <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth> (page consultée le 31 décembre 2016).

¹⁸⁵ BUMP Philip, « Now you can fact-check Trump’s tweets – in the tweets themselves », *The Washington Post*, 19 décembre 2016. Disponible sur : https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/12/16/now-you-can-fact-check-trumps-tweets-in-the-tweets-themselves/?utm_term=.d9705cac1e97 (page consultée le 31 décembre 2016).

¹⁸⁶ OREMUS Will, « Only You Can Stop the Spread of Fake News », *Slate*, 13 décembre 2016. Disponible sur : http://www.slate.com/articles/technology/technology/2016/12/introducing_this_is_fake_slate_s_tool_for_stopping_fake_news_on_facebook.html (page consultée le 31 décembre 2016).

renvoie vers un article de fact-checking qui a démontré en quoi son contenu était faux.

Autre tentative à venir, issue de cette période pendant laquelle l'efficacité du fact-checking a été mise en cause, l'annonce par le réseau social *Facebook*, d'un travail partenarial avec les principaux médias fact-checkeurs américains pour signaler, vérifier puis supprimer les fausses informations circulant dans son fil d'actualité. Un pas important alors que *Facebook* est devenu, en 2015, une source d'information privilégiée par 63% des Américains d'après une étude du Pew Research Center¹⁸⁷. D'autant qu'une enquête, conduite cette fois par *BuzzFeed*¹⁸⁸, démontrait en 2016 que, lors de la campagne pour l'élection présidentielle américaine, l'engagement (partages, commentaires) autour des 20 articles faux les plus populaires sur *Facebook* aurait dépassé celui des 20 articles les plus populaires issus des sites d'information reconnus.

Un autre « infomédiaire », *Google*, n'est d'ailleurs pas en reste, puisqu'il a, pour sa part, décidé en octobre 2016 de créer un label spécifique pour les articles de fact-checking identifiés comme tels dans *Google News*. Ce nouveau mot-clé (« tag ») doit permettre aux lecteurs de trouver les articles de fact-checking parmi la totalité des articles relayés dans *Google News*. Richard Gingras, le vice-président de *Google* en charge de l'information a ainsi fait part de son enthousiasme en annonçant cette nouvelle :

*« Nous sommes heureux de constater la croissance de la communauté des fact-checkeurs et de mettre en lumière leurs efforts pour distinguer les faits de la fiction, la prudence de l'emballement. »*¹⁸⁹

Nous reviendrons ultérieurement plus en détail sur l'ensemble de ces initiatives dans notre seconde partie, pour en questionner la pertinence et la cohérence, ainsi que les

¹⁸⁷ MITCHELL AMY (dir.), *The Evolving Role of News on Twitter and Facebook*, Washington, Pew Research Center, 2015, p. 2. Disponible sur : <http://www.journalism.org/2015/07/14/the-evolving-role-of-news-on-twitter-and-facebook/> (page consultée le 25 septembre 2017).

¹⁸⁸ SILVERMAN Craig, « This Analysis Shows How Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook », *BuzzFeed*, 16 novembre 2016. Disponible sur : https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.bbxz28VMQ#.qyJzYM29X (page consultée le 31 décembre 2016).

¹⁸⁹ « *We're excited to see the growth of the Fact Check community and to shine a light on its efforts to divine fact from fiction, wisdom from spin.* »
GINGRAS Richard, « Labeling fact-check articles in *Google News* », *Google*, 13 octobre 2016. Disponible sur : <https://www.blog.google/topics/journalism-news/labeling-fact-check-articles-google-news/> (page consultée le 31 décembre 2016).

dernières évolutions, y compris en dehors des États-Unis, en France et en Europe notamment.

Ainsi, de nombreuses initiatives et déclarations d'intention continuent-elles de germer, çà et là, aux États-Unis, à propos du fact-checking (elles sont beaucoup plus nombreuses que les quelques expériences citées ici). Elles démontrent en creux toutes les difficultés qui existent pour vérifier, au fur et à mesure que le flot d'informations s'accélère, la véracité des contenus journalistiques et des autres, produits par de nombreuses sources d'information qui ne respectent pas les mêmes règles professionnelles et déontologiques. Si bien qu'aujourd'hui, plus que jamais, et alors que l'accès à l'information semble grandement facilité, il demeure très complexe de se référer à des articles et des publications qui peuvent attester de la véracité de leurs contenus.

CHAPITRE 4. LE FACT-CHECKING TEL QU'IL APPARAÎT EN FRANCE

4.1. Un journalisme historiquement moins factuel

4.1.1. Le rapport du journalisme français aux faits

L'histoire du journalisme français a ceci de particulier qu'elle est très étroitement liée à la politique et au pouvoir. Cela dès ses origines. On doit citer ici *La Gazette*, créée en 1631 par Théophraste Renaudot, avec l'assentiment du cardinal de Richelieu et en bénéficiant d'un monopole sur l'information politique. Certes, des travaux universitaires ont montré que les premières préfaces de ce journaliste « officiel » ont en partie posé les fondations d'une éthique journalistique, en particulier pour ce qui concerne la recherche de la vérité. Une préface de 1631 indique ainsi :

« En une seule chose ne céderai-je à personne, en la recherche de la vérité, de laquelle néanmoins je ne me fais pas garant. Étant malaisé qu'entre cinq cents nouvelles écrites à la hâte d'un climat à l'autre, il n'en échappe quelque'une à nos correspondants qui mérite d'être corrigée par son père le temps. Mais encore se trouvera[-t]-il peut-être des personnes curieuses de savoir qu'en ce temps-là tel bruit était tenu pour véritable. Et ceux qui se scandaliseront possible de deux ou trois faux bruits qu'on nous aura donnés pour vérités, seront par là incités à débiter au public par ma plume (que je leur offre à cette fin) les nouvelles qu'ils auront plus vraies, et comme telles dignes de lui être communiquées. »

L'historien des médias Gilles Feyel, notamment, y verra une déclaration d'intention fondatrice, commentant : *« Il rapportera les faits au plus près de ce qu'il pense être la vérité après les avoir vérifiés, avec le plus de simplicité, le moins de déguisement possible. »* Non sans admettre que de la déclaration d'intention aux actes, il y avait un pas important que Renaudot ne put guère franchir :

« (Il) ne disposait pas de la liberté et de l'indépendance obtenues, difficilement, par les journalistes de la Révolution et du premier XIX^e siècle (...). Il sut cependant constamment montrer de véritables qualités de journaliste (...). De ce début en fanfare, de toutes ces proclamations de vérité et d'impartialité, Renaudot a tiré une autorité, certes contestée, mais une autorité qui lui a permis de se situer face au pouvoir d'État, mais aussi face à des lecteurs, dont les « jugements » et les « censures » participaient à la formation d'une « voix publique », cette opinion publique avant la lettre. »¹⁹⁰

Puis, tout au long d'une grande partie de l'histoire du journalisme français, cette mainmise du pouvoir sur les médias n'aura de cesse de les orienter davantage vers des contenus littéraires, plutôt que vers la diffusion de véritables « nouvelles »¹⁹¹. Que ce soit à ses débuts, aux XVII^e et XVIII^e siècles, puis sous la Révolution et l'Empire, pendant lequel Napoléon instaura un contrôle puissant sur les journaux et utilisa *Le Moniteur* pour servir sa propagande, la presse française va connaître une longue période de proximité avec les pouvoirs en place. Il faudra même attendre son âge d'or, à la fin du XIX^e siècle, dans la foulée de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse (la fin, notamment, du régime de l'autorisation préalable à toute publication), pour y déceler les signes tangibles d'une approche plus informationnelle – et donc plus factuelle – de l'information.

D'aucuns n'hésiteront pas à pointer cette différence radicale, qui apparaît déjà clairement, entre journaux français et anglo-saxons. C'est le cas d'Émile de Girardin, fondateur de *La Presse*, en 1836, qui déclare :

« Le pays où l'on croit le moins aux journaux, considérés comme exerçant l'apostolat de l'idée, c'est le pays où il y a le plus de journaux : c'est l'Amérique du Nord. Ce qu'on y estime avant tout, c'est le journal le plus rapidement et le plus exactement informé. Bien rédigé ne passe qu'après

¹⁹⁰ FEYEL Gilles, « Aux origines de l'éthique des journalistes : Théophraste Renaudot et ses premiers discours éditoriaux (1631-1633) », *Le Temps des Médias*, 1, 2003, p. 175-189

¹⁹¹ ALBERT Pierre, *Histoire de la presse*, op. cit., p. 19

bien informé ». (...) *Son mérite, c'est de n'être pas le journal exprimant l'opinion personnelle du journaliste.* »¹⁹²

En réalité, au cours du Second Empire, les journaux se voient reprocher une double dérive vers la polémique et l'expression d'opinions au détriment d'une information fondée sur des faits. Ce qui inspire des réflexions nouvelles à propos du journalisme, telles que les résumant Roger Bautier et Elisabeth Cazenave :

*« La définition du journalisme qui en résulte tend à n'utiliser la référence anglaise ou américaine qu'afin de défendre le sérieux contre la frivolité, la citoyenneté contre l'indifférence et l'instruction contre la distraction, en réaffirmant la définition proprement politique de la presse, au moment où, précisément, va commencer l'expansion d'une presse qui ne cherchera plus à l'assurer. »*¹⁹³

En effet, à la fin du XIX^e siècle, émerge en France une presse à grand tirage, un peu sur le modèle de ce qui se pratique dès 1833 aux États-Unis (*cf. supra*). Pour connaître un succès populaire, des journaux comme *Le Petit Journal*, se lancent dans une double démarche de baisse des coûts de fabrication (et donc de vente) et d'abandon d'un style jugé trop littéraire, en grande partie au profit de nouvelles tirées de faits divers, souvent sensationnalistes. Ils restent toutefois agrémentés de romans feuilletons. Les journaux à grand tirage sont alors ceux qui, moins élitistes, misent davantage sur les faits, donc, mais aussi, souvent, sur la neutralité politique¹⁹⁴. Ce journalisme nouveau sera ainsi, un temps, accusé d'informer et de délaisser ses très littéraires écrits et ses prises de positions doctrinales au profit du reportage de faits divers, des personnalités, des événements, racontés dans un style plus télégraphique. De Zola à Clemenceau ou à Poincaré, on accuse ce journalisme-là de ne plus instruire ni éduquer, mais de prétendre à l'information du plus grand nombre. On plaide volontiers pour la chronique et la critique, qui continuent de relier le journalisme français à sa tradition littéraire. Et, tel Léon Daudet, on revendique le droit de polémiquer, tout en méprisant la primauté accordée aux faits :

¹⁹² GIRARDIN Émile (de), *Les droits de la pensée*, Paris, Serrière/ M. Levy frères / H. Plon [etc.], 1864, 620 p.

¹⁹³ BAUTIER Roger, CAZENAVE Elisabeth, « L'instauration de la presse anglaise et américaine en modèle pour la France », *Revue européenne d'histoire sociale*, 4, 2002, p. 27

¹⁹⁴ JEANNENEY Jean-Noël, *Une histoire des médias des origines à nos jours*, Paris, Le Seuil, 1996, p. 108

« La polémique est l'âme du journaliste. Sans elle et sans la doctrine qu'elle postule, l'organe le mieux renseigné du monde est inefficace (...). Si la presse n'est pas l'expression des mouvements et des révoltes de la conscience publique, de l'indignation contre l'injuste, de l'enlèvement des scories, elle n'est qu'un enregistrement, morne et parésique, des faits. »¹⁹⁵

Un reproche intéressant, à cette époque fondatrice, du point de vue de notre travail comparatif sur la relation aux faits et que décrit parfaitement l'historien Christian Delporte :

« Quant à l'information, dont le récit du crime constitue la plus odieuse expression, elle est perçue comme un corps étranger contaminant un organe sain, un produit d'importation américain venu bouleverser les fondements immuables de la presse française. (...) L'américanisation est devenue l'une des explications clés pour comprendre la dégénérescence de l'esprit des journaux français. Le journalisme américain est le journalisme des faits... »¹⁹⁶

Mais l'historien cite également, dans ses travaux, une enquête de 1902, parue dans *La Revue politique et littéraire* (dite « Revue bleue »), qui donne la parole aux observateurs étrangers de la presse française. Cette fois, le constat est moins tranché : Anglais et Allemands ont encore des reproches à formuler sur le traitement de l'information internationale ; les journaux parisiens se distinguent selon eux davantage par leur esprit, leur culture et leur sens littéraire que par leur capacité à livrer les faits du jour¹⁹⁷. Ils se distinguent aussi, tout de même, par leur grande proximité avec la sphère politique : des députés, sénateurs, ministres sont aussi régulièrement des contributeurs des principales gazettes. Au moins jusqu'à la professionnalisation, avec la charte de 1918, puis la loi Brachard, sur le statut professionnel des journalistes, en mars 1935, le rapport des journalistes français aux faits et à la vérité va donc s'avérer particulièrement complexe. Quant à leurs attaches

¹⁹⁵ DAUDET Léon, *Bréviaire du journalisme*, Paris, Gallimard, 1936, p. 80

¹⁹⁶ DELPORTE Christian, *Les journalistes en France, 1880-1950, Naissance et construction d'une profession*, Paris, Le Seuil, 1999, p. 135

¹⁹⁷ DELPORTE Christian, *Les journalistes en France, 1880-1950, Naissance et construction d'une profession*, op. cit., p. 137

littéraires, l'une de leurs qualités et l'un de leurs défauts à la fois, ils ne s'en départiront jamais réellement, apprenant à mêler dans leurs reportages (de manière originale par rapport à la tradition américaine), observations et analyses, informations et commentaires.

Nous ne retracerons pas ici l'histoire du journalisme en France, puisque tel n'est pas l'objet de notre étude. Tout juste ajouterons-nous que sa relation au traitement factuel de l'information restera chaotique, au gré d'une lente émancipation vis-à-vis du pouvoir politique particulièrement. Progressivement moins pamphlétaire, mais en conservant ses penchants littéraires et réflexifs, il va inventer, avec ses reporters, de nouvelles formes journalistiques, en usant, pour se nourrir d'informations plus factuelles et de terrain, des progrès des moyens de communication et de transport. Ainsi peut-on considérer que le reportage à la française sera bien loin d'une transposition de ce qui se pratique alors dans la presse anglo-saxonne, faisant la part belle à une écriture et une capacité de description plus proche du naturalisme de Zola. C'est cette originalité que traduit bien Fernand Xau, fondateur du quotidien *Le Journal*, en 1892, cité par Christian Delporte :

« Nous sommes trop raffinés pour nous contenter d'un reportage tout sec, et puis, le commerçant, le politicien, ne sont pas les seuls à lire le journal. Il y a l'écrivain, l'artiste, il y a les femmes aussi qui s'intéressent médiocrement à l'information banale et brutale. De là, deux nécessités : relever le reportage, en le confiant à des écrivains de talent, et, en second lieu, faire une large place à la partie purement littéraire. »¹⁹⁸

Les deux conflits mondiaux vont d'ailleurs freiner considérablement ce mouvement : la coalition des journaux autour d'un « journalisme public » (forcé par la censure et accepté par loyalisme), entre bourrage de crâne et effort de guerre en 1914-1918 ; puis, surtout, le retour du journalisme engagé, avec de nombreux journalistes non professionnels, à partir des ordonnances de 1944 sur la liberté de la presse, qui consacrent un journalisme militant. Pour un temps, la période n'est plus à la dépolitisation, bien au contraire. On envisage une sorte de retour aux sources, avant que l'élite intellectuelle confortée dans les rédactions par la Libération ne doive

¹⁹⁸ DELPORTE Christian, *Les journalistes en France, 1880-1950, Naissance et construction d'une profession*, op. cit., p. 63

admettre à nouveau que l'information est aussi un produit de consommation et qu'il s'agit pour les médias de répondre à une demande plus protéiforme que le seul débat d'idées.

Les journaux vont alors devoir renouer avec des contenus intégrant davantage de comptes-rendus plus factuels de l'actualité, sans jamais vraiment couper, par la suite, ce double cordon ombilical littéraire et politique, qui continue de faire aujourd'hui son originalité (« *le goût des mots et des idées* »¹⁹⁹), en même temps qu'il suscite ses principales critiques. Comme si, en somme, on ne pouvait jamais vraiment comprendre le journalisme et ses évolutions – notamment sa relation aux faits – dans une approche hors-sol, déconnectée des réalités politiques et des enjeux de pouvoirs à l'œuvre à telle ou telle époque. C'est d'ailleurs ce qu'a pu démontrer Jean-Marie Charon, lorsqu'il a voulu étudier la place du journaliste dans la conduite du débat démocratique et a constaté un renversement de situation à la faveur de la stabilisation des institutions politiques. Après les III^e et IV^e Républiques, en effet, « *un traitement beaucoup plus technique et explicatif des questions politiques* » s'est imposé, comme avec « *la fin de l'affrontement des blocs Est - Ouest et la crise des idéologies* »²⁰⁰. Les grilles de lecture de la vie du monde envolées, il faut aux journalistes produire une lecture plus technique de l'information décryptage de l'actualité ; ce qu'ils font mieux, en partie grâce à leur plus grande expertise. La professionnalisation du métier et l'importance accordée à leurs connaissances, plutôt qu'à leurs opinions, participent ainsi d'une information plus neutre et peut-être plus fiable.

Reste que chaque époque a néanmoins permis, plus ou moins à la marge, à des journalismes différents de trouver leur propre public. Et à des journalistes aux envies et capacités diverses, d'exercer leur métier. Un peu comme les présentent les chercheurs Simon Langlois et Florian Sauvageau, en distinguant des profils-types²⁰¹ : les éducateurs, qui cherchent à convaincre dans la mouvance des journalistes d'opinion ; les enquêteurs, qui fondent leur approche, active, exclusivement sur les

¹⁹⁹ FERENCZI Thomas, *L'invention du journalisme en France, Naissance de la presse moderne à la fin du XIX^e siècle*, Paris, Plon, 1996, 269 p.

²⁰⁰ CHARON Jean-Marie, « La place du journaliste dans la conduite du débat démocratique », *Recherches en communication*, 2003, 20, p. 4. Disponible sur : <http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/viewFile/4561/4291> (page consultée le 25 septembre 2017).

²⁰¹ LANGLOIS Simon et SAUVAGEOT Florian, « Les journalistes des quotidiens québécois et leur métier », *Politique*, 2 (vol.1), 1982, p. 14

faits et leur contextualisation ; les reporters, qui s'en tiennent aussi aux faits, mais dans une approche plus passive ; et, enfin, les séducteurs qui, pour vendre leur produit, mise davantage sur l'emballage. Difficile de ne faire référence à ce constat, en marge d'une légitime analyse historique, pour expliquer comment peuvent cohabiter ainsi, de longue date, en s'influençant mutuellement, plusieurs traditions journalistiques en matière de traitement de l'information factuelle (ou moins factuelle) en France.

4.1.2. Des rédactions néanmoins organisées pour vérifier

On le voit, le journalisme français a mis du temps à s'affranchir des travers qui pouvaient être les siens lors de ses premières grandes heures, au cours du XIX^e siècle. Ces travers sont alors principalement ceux qui le conduisent à privilégier les idées et la défense de causes politiques plutôt que de chercher à apporter une information fiable et impartiale à son lecteur. Ainsi, longtemps, il s'agira moins pour lui et ses auteurs – principalement des intellectuels, écrivains et politiques – de rechercher ou de révéler de quelconques vérités que de peser sur l'opinion et de gagner le plus largement les élites à leur cause.

Toutefois, bien qu'elle fût très progressive, ainsi que nous l'avons montré plus haut et que l'ont relevé dans leurs travaux de nombreux auteurs²⁰², la professionnalisation a progressivement conduit journaux et journalistes à attacher plus d'importance à la fiabilité des contenus qu'ils publient. Bien entendu, ce constat est généralement fait pour ce qui concerne les patrons de presse et rédacteurs, en première ligne face aux critiques et aux louanges des lecteurs comme face aux études historiques, sociologiques et éditoriales des chercheurs et autres observateurs de la presse. Il est vrai que ce sont eux qui incarnent en premier lieu la ligne éditoriale du journal qui les emploie. Mais cette professionnalisation va également concerner ceux que Michel

²⁰² NEVEU Érik, *Sociologie du journalisme*, op.cit., p. 14

ou FERENCZI Thomas, « L'éthique des journalistes au XIXe siècle », *Le Temps des médias*, 1, 2003, p. 190-199

ou THÉRENTY Marie-Eve, « Pour une histoire littéraire de la presse au XIXe siècle », *Revue d'histoire littéraire de la France*, 103, 2003, p. 625-635

Mathien classaient en 1995, parmi d'autres, dans la catégorie des « journalistes de l'ombre »²⁰³ : les secrétaires de rédaction.

Or, s'il est relativement aisé de constater, au fil de l'histoire, l'évolution du comportement des rédacteurs en faveur d'une certaine fiabilisation de l'information – et encore, cela nécessite une étude sur une période relativement longue sur plus de deux siècles – il s'avère beaucoup plus complexe d'envisager que d'autres acteurs aient pu participer à cette démarche dans les rédactions. Parce qu'ils travaillent parfois dans l'ombre, certes, comme les secrétaires de rédaction. Mais peut-être, aussi, parce que très peu de travaux finalement se sont intéressés à leur mission. Nous ne pourrions combler ce manque ici. Mais nous rappelons que, de Baudelaire (à *La Tribune nationale*) dès 1848²⁰⁴ à d'autres, comme Camus (à *Paris-Soir*) en 1940²⁰⁵, cette fonction a elle aussi été occupée par des écrivains et a finalement suivi le même cheminement – le glissement de la littérature vers un journalisme plus professionnel – que les équipes de rédaction à proprement parler.

D'autant qu'un secrétaire de rédaction, contrairement à d'autres « journalistes de l'ombre », comme les maquettistes, correcteurs-réviseurs, infographistes, iconographes, linotypistes, etc., dispose lui-même d'une mission plus ou moins affirmée de rédaction et/ou de *rewriting* des articles livrés par les rédacteurs. Ce qui lui vaut d'ailleurs d'avoir vu évoluer son appellation en « éditeur » ou, parfois, « secrétaire d'édition ». Ce travail s'exerce le plus souvent sur le calibrage des articles et la gestion des coupes, le choix des hors-textes et encadrés, l'intégration dans les maquettes et la mise en page, ainsi que la titraille des articles. Il va aussi, progressivement et en fonction de la nature du titre de presse concerné, s'étendre jusqu'à la vérification des informations, cela plus fortement encore, à compter de la naissance des newsmagazines – sur le modèle américain – dans les années 1960.

Très concrètement, en parallèle de l'effort d'investigation qui est demandé au rédacteur devenu reporter, qui doit rendre compte de ce qu'il voit sur le terrain et/ou interviewer plusieurs interlocuteurs pour finalement être en mesure de livrer une

²⁰³ MATHIEN Michel, *Les Journalistes*, Paris, Presses universitaires de France, 1995, p. 105

²⁰⁴ VAILLANT Alain (dir.), *Baudelaire journaliste, articles et chroniques*, Paris, Flammarion, 2011, 381 p.

²⁰⁵ ANGLART Véronique, *Connaissance d'une œuvre « La Chute »*, Rosny, Bréal, 2008, p. 17

information vérifiée, le secrétaire de rédaction est mis à contribution pour renforcer la démarche de fiabilisation des contenus de la presse. Charge à lui de relire l'article déjà relu par le rédacteur, donc, puis par le chef de service. Il doit alors, éventuellement assisté d'un correcteur-réviseur qui assure les corrections, en assurer l'édition, le *rewriting* si besoin, la titraille, mais aussi la vérification des sources et des références citées en particulier, avant de le laisser à nouveau en relecture, avant BAT (bon-à-tirer), auprès du rédacteur en chef et, parfois même, du directeur de la rédaction.

Ce circuit de « la copie », si codifié et – il est vrai – très calqué sur la spécialisation technique des métiers qui prévalait avant l'informatisation, tend bien sûr à disparaître. Et avec lui, certainement, la conception de journaux considérés comme « œuvre collective », qui garantissait sa plus faible probabilité d'erreurs. Le passage de la composition « chaude » au plomb, à la composition « froide » informatique, a déjà conduit à la suppression de plusieurs spécialités. Puis la simplification des logiciels de mise en page et l'avènement d'outils d'édition construits sur mesure pour chaque rédaction ont parfois permis d'envisager la fusion des missions des rédacteurs et des secrétaires de rédaction. Sans compter que, sur Internet, la relecture avant mise en ligne, quand elle existe, est généralement assurée par les rédacteurs chefs de service.

Quoi qu'il en soit, une culture de la relecture, de la recherche d'erreurs possibles et de la vérification existe bien dans la presse française. Elle est même tout particulièrement incarnée par les secrétaires de rédaction qui poursuivent, pour une part, leur mission au sein des principaux quotidiens nationaux et de la presse magazine, qu'elle soit généraliste, spécialisée ou professionnelle. Dans ces deux dernières familles de titres, ce sont mêmes plus fréquemment des secrétaires de rédaction qui composent les équipes à effectifs réduits, en complément de rédacteurs en chef, seuls salariés permanents ; ils doivent ainsi garantir la qualité de la copie rendue par de nombreux journalistes rédacteurs, salariés, eux, à la pige.

Ils incarnent alors un rôle journalistique clé de vérification et de la validation de la copie pour leur média. Même s'ils ne sont pas missionnés aussi clairement pour traquer les erreurs dans les moindres détails que ne le sont les fact-checkeurs des

magazines américains créés au début du XX^e siècle. Ce qu'explique au moins en partie l'histoire du journalisme français.

4.2. L'apparition récente du fact-checking

4.2.1. La déclinaison du modèle américain

Le fact-checking américain des années 1920 ne sera jamais vraiment importé en France. Y compris lorsque *L'Express* se transforme en newsmagazine, sur le modèle de *Time*, en 1964. Le magazine adoptera de nombreux codes de ses modèles étatsuniens, comme *Time*, pour réaliser sa transformation de journal d'opinion en média d'information « objective », mais n'ira pas jusqu'à engager des fact-checkeurs. Et les autres magazines qui suivront ce modèle n'iront pas au-delà en termes de vérification, bien qu'ils créeront tous un secrétariat de rédaction relativement étoffé.

Dans l'Hexagone, les journalistes français ne font donc réellement du fact-checking que lorsqu'ils se mettent à décliner, sur le modèle, cette fois, des sites internet de médias américains, le travail de vérification qui connaît un fort développement depuis les prémices de la campagne présidentielle américaine de 2008. Ils ne prennent donc jamais pour modèle la vérification acharnée des faits dans les interviews, reportages et autres productions journalistiques des médias concernés.

En revanche, ils s'inspirent volontiers, et ce plus fortement depuis la campagne présidentielle de 2012, d'une plus souple pratique de vérification des faits à partir d'échantillons de déclarations publiques, prélevés dans les discours des hommes politiques, diffusés, le plus souvent, dans d'autres médias.

Ce que fait clairement comprendre Françoise Laugée, dans la définition du fact-checking qu'elle livre pour la *Revue européenne des médias et du numérique*, en 2011 :

« Pratique journalistique qui consiste à contrôler l'exactitude des informations ou la cohérence des propos délivrés par les hommes politiques. (...) Le fact-checking vient des États-Unis. Le site américain *PolitiFact.com* est un modèle du genre. »²⁰⁶

²⁰⁶ LAUGÉE Françoise, « Fact-checking », *La revue européenne des médias et du numérique*, 20, automne 2011, p. 52

C'est également ce que décrit Samuel Laurent, responsable des « Décodeurs », au journal *Le Monde*, au moment de la transformation de ce qui était un simple blog en rubrique à part entière sur le site *Lemonde.fr*, en mars 2014 :

*« Les Décodeurs » sont nés à l'automne 2009, inspirés par quelques sites, les Américains Politfact ou Factcheck.org ou par les désormais célèbres Désintox de Libé. L'idée commune à tous ces sites : ne plus laisser les politiques dire n'importe quoi et pointer tout ce qui est faux, imprécis ou de mauvaise foi dans leur discours. Le but n'est pas de pinailler sur des détails pour le plaisir d'ergoter, c'est de pointer ces erreurs – volontaires ou non – quand elles servent de base à un raisonnement, une justification, une action politique. »*²⁰⁷

De la longue tradition de vérification acharnée des faits, citations, chiffres et autres informations contenues dans les médias, le fact-checking à la française a donc plus particulièrement retenu l'avatar « moderne », né outre-Atlantique avec les *PolitiFact* et *FactCheck* pour ne citer qu'eux. En somme, le fact-checking que Michael Dobbs, le journaliste du *Washington Post* fondateur de la rubrique « Fact Checker », en 2007, appelle, dans son article « The Rise of Political Fact-checking »²⁰⁸, le « *modern political fact-checking* » ou encore le « *modern-day fact checking movement* », pour mieux le différencier de sa version historique dans les médias américains.

Une situation qui peut s'expliquer au regard de plusieurs paramètres. À commencer par l'histoire du journalisme en France, comme nous l'avons vu plus haut. Si les journalistes français ne s'étaient jamais entichés de fact-checking avant que n'apparaisse cette seconde version du fact-checking, cela pourrait être parce qu'ils n'ont pas, de par leur histoire collective, le même attachement viscéral à la véracité des faits cités dans leurs articles. Par contre, cette même histoire collective rappelle leur goût prononcé pour le journalisme politique, les débats et querelles d'idées, voire la polémique. Aussi peut-on noter que, sans jamais s'approprier ce souci de

²⁰⁷ LAURENT Samuel, « Les Décodeurs vont disparaître : info ou intox ? », *Les Décodeurs*, 28 février 2014. Disponible sur : <http://decodeurs.blog.lemonde.fr/2014/02/28/les-decodeurs-vont-disparaitre-info-ou-intox/> (page consultée le 25 septembre 2017).

²⁰⁸ DOBBS Michael, *The Rise of Political fact-checking. How Reagan Inspired a Journalistic Movement*, op. cit., p. 1

vérification méthodique – parfois poussé à l’extrême – qu’incarne le fact-checking aux États-Unis depuis le début du XX^e siècle, ils vont accueillir plus facilement dans leurs médias la version moderne de ce fact-checking. Peut-être, justement parce qu’il est principalement consacré à la politique, qui reste un de leurs domaines de prédilection.

Nous le verrons, néanmoins, le fact-checking n’est pas accepté avec le même entrain par tous les journalistes français. Et si les rédactions vont timidement lui faire une place à ses débuts, elles consentent à le laisser prospérer non sans méfiance. En effet, elles doivent gérer pour cela certains antagonismes sur le sujet entre, d’un côté, leurs éditorialistes et journalistes des services politiques et, de l’autre, les rédactions web, dans lesquelles de jeunes professionnels expérimentent de nouvelles pratiques journalistiques tous azimuts et s’enhardissent sur le terrain habituellement réservé à leurs confrères, en réalisant ainsi les meilleurs taux de fréquentation du site de leur média. Quand les premiers voient leurs méthodes de travail « en bonne intelligence » et leurs relations privilégiées avec le personnel politique remises en cause, les seconds s’amuse de pouvoir apporter aussi facilement la contradiction aux principales personnalités politiques qu’il ne leur est d’ordinaire pas permis – eu égard à leur statut – ni d’interviewer, ni a fortiori de mettre en difficulté.

Une autre explication de nature éditoriale, également, peut justifier l’aspect tardif de l’intérêt des journalistes français pour des pratiques de vérification scrupuleuse et son relatif engouement au profit du « *modern political fact-checking* ». Il est en effet avéré que l’on accorde ici, de longue date, une moins grande considération aux faits bruts par rapport aux commentaires sur ces mêmes faits. Ce qu’Érik Neveu résume ainsi :

« Le journalisme français marque donc sa différence au modèle anglo-américain. La dimension du news-gathering y reste durablement peu développée. L’excellence s’y fonde sur la maîtrise et le brio du style, la capacité à défendre une ligne éditoriale. Les contenus rédactionnels, valorisant critiques, billets et chroniques, traduisent le poids du commentaire, d’un métadiscours sur l’actualité qui privilégie l’expression des opinions,

transforme l'événement en prétexte à exercices de style brillants et désinvoltés. »²⁰⁹

En revanche, la perpétuelle recherche d'innovations éditoriales des rédactions, en particulier sur le versant Internet de leurs activités, se satisfait pleinement d'un exercice susceptible de rapporter de l'audience et – nous le verrons – de faire gagner de la crédibilité aux médias.

Enfin, nous ajouterons un paramètre économique à cette installation des productions de fact-checking dans le paysage médiatique français. En effet, dans la crise structurelle et conjoncturelle que nous avons décrite précédemment, il semble plus difficile, dans des journaux en crise, de consacrer des effectifs en nombre suffisant au traitement de l'information en général, au secrétariat de rédaction en particulier et à la vérification du contenu des médias plus globalement, qu'à la vérification ponctuelle et limitée de citations politiques. D'autant que les effectifs ont globalement diminué au sein des rédactions, que les canaux de diffusion des informations se sont multipliés, que les flux, grâce aux technologies de l'Internet notamment, se sont accélérés. Le fact-checking moderne a ainsi l'intérêt, pour une rédaction, de produire à coûts relativement faibles (nous y reviendrons) des contenus fiables, hautement visibles (de par leur viralité), crédibles et « crédibilisants » pour le média concerné.

Avant de dresser un panorama des pratiques de fact-checking dans le paysage médiatique français, il nous faut toutefois préciser deux aspects importants. Tout d'abord, il existe une nuance quant à ce que nous avons appelé « la déclinaison du modèle américain ». En effet, il est notable que le développement du fact-checking moderne aux États-Unis a davantage été le fait de médias spécialisés, tels que des *pure-players* entièrement dédiés à la vérification. Il n'en est pas de même en France, où ce sont principalement des médias « traditionnels » - quotidiens nationaux, chaînes de télévision, radios – qui se sont emparés de cette pratique. Pour le démontrer, nous avons constitué un corpus qui recense l'intégralité des initiatives actuellement actives dans les médias français pour vérifier *a posteriori* les propos tenus par des personnalités politiques. Et le constat est sans équivoque à ce sujet, puisque si des

²⁰⁹ NEVEU Érik, *Sociologie du journalisme*, op.cit., p. 14

initiatives spécialisées existent ou ont existé, celles qui demeurent dans le temps sont adossées à des médias historiques de la presse écrite, de la radio et de la télévision.

Seconde précision déterminante à ce stade, pour la suite de notre travail : plusieurs années avant l'apparition de ces rubriques de fact-checking au sein des rédactions nationales, sont nés des rubriques, programmes et sites de décryptage qui, ponctuellement, réalisent un travail proche du fact-checking, mais assez souvent dans une perspective auto-réflexive ou auto-justificative sur le travail journalistique. Nous parlons ici d'initiatives telles que *Acrimed* et *Arrêt sur Images*²¹⁰ sur Internet (*pure-players*) ou encore « Le Petit Journal » de *Canal+* et « Quotidien » de *TMC* et *TF1*. Leur travail de confrontation entre les faits et la manière dont ils sont donnés à voir à la télévision, la radio, dans la presse et sur Internet est bien sûr digne d'intérêt. Mais il ne s'apparente que très ponctuellement à une démarche de fact-checking des déclarations du personnel politique, par des équipes dédiées au sein d'articles et/ou de chroniques spécifiques (parfois une rubrique entière y est consacrée, parfois un format d'article supplémentaire est simplement créé).

Finalement, la mission de la plupart des fact-checkeurs consiste souvent, plus prosaïquement peut-être – nous y reviendrons bien entendu – à se mettre chaque jour à l'écoute des interviews données par les leaders politiques dans l'ensemble des tranches matinales des grandes radios généralistes et sur les plateaux de télévision des chaînes d'information en continu notamment, afin de trouver quelle serait la phrase vraisemblablement fausse ou qui pourrait être étonnamment vraie qu'ils pourraient fact-checker en ayant l'assurance de susciter l'attention de leurs lecteurs, auditeurs, téléspectateurs. Le format classique d'un article ou d'une chronique de fact-checking étant le suivant : « Untel a déclaré tel jour dans tel média, telle information... Eh bien c'est vrai/faux/plutôt vrai/plutôt faux, etc. » Le tout avec parfois un côté mécanique qui interroge sur le bien-fondé de cette pratique, qui nécessite, comme toute autre rubrique, de faire des choix éditoriaux : choix de la personnalité fact-checkée, choix de la citation fact-checkée (thème retenu, vraie ou fausse...)...

²¹⁰ « Arrêt sur Images » a d'abord été un programme télévisé, diffusé sur *La Cinquième* à partir de 1995 (renommée *France 5* en 2002), déprogrammé en 2007, avant d'être récréé par son fondateur, Daniel Schneidermann, sur Internet, en 2008. Disponible sur : <https://www.arretsurimages.net/> (page consultée le 4 septembre 2017).

Un travail aux antipodes de ce qu'est originellement le fact-checking, du moins en termes quantitatif et de méthodologie. Mais qui reprend pour l'essentiel les commandements du « *modern political fact-checking* » cher au « Fact-Checker » du *Washington Post* Michael Dobbs.

4.2.2. Panorama des initiatives en France

Parmi les principales rédactions de presse écrite qui, en 2017, pratiquent le fact-checking depuis plusieurs années, seules celles de *Libération* et du *Monde* se distinguent. En 2008, en effet, le quotidien *Libération* a, le premier, décidé de consacrer une rubrique au fact-checking stricto sensu, sous l'appellation « Désintox ». L'initiative revient alors au journaliste spécialisé « Transport » Cédric Mathiot, bien décidé à mettre un terme à toutes les contre-vérités circulant à l'époque sur le service minimum dans les transports en commun. Il obtient, dans la foulée, le feu vert de sa rédaction en chef pour ouvrir un blog dédié sur le web – avec le projet d'être un « *observatoire des mensonges et des mots du discours politique* » – puis des pages dédiées dans la rubrique politique du site *Liberation.fr*, ainsi que la reprise des principaux articles dans la version papier du journal.

(suite page 131)

DÉSINTOX



DÉSINTOX
Irma: plus de 28 millions de vues pour une fausse vidéo de l'ouragan
Des fausses vidéos et photos impressionnantes ont circulé sur Irma. Désintox en a démonté trois d'entre elles.

07.09.17



DÉSINTOX
Non, le rôle de la branche n'est pas préservé par la réforme Pénicaud
Selon les ordonnances, la branche ne sera compétente que sur un nombre limité de sujets. Sur tous les autres thèmes, l'accord d'entreprise, désormais, primera. En mieux comme en pire.

07.09.17



DÉSINTOX
Non, les demandeurs d'asile ne vont pas toucher le RSA
L'extrême-droite s'insurge d'apprendre que les demandeurs d'asile vont toucher le RSA. Une intox qui vient en fait... des médias.

06.09.17



Capture 5. La rubrique « Désintox », créée en 2008 sur le site de *Libération* (page consultée le 7 septembre 2017).

Au premier semestre 2012, Cédric Mathiot, en alternance avec son collègue Guillaume Launay, intervient au cours de l'émission hebdomadaire « On refait la présidentielle », sur *RTL*, pour une rubrique « Intox-Désintox » liée aux propos des candidats. Et à compter de septembre 2012, « Désintox » devient même un programme TV (1 minute 30 à 2 minutes) dans l'émission d'information « 28 minutes », diffusée sur la chaîne franco-allemande *Arte*. La rubrique se présente ainsi :

« Désintox est la première rubrique française de « fact-checking ». Elle relève les inexactitudes ou les mensonges délibérés dans les discours des politiques. En quatre ans, l'équipe de la rubrique a corrigé des centaines de chiffres ou déclarations, en balayant avec impartialité l'ensemble du spectre politique. »²¹¹



Capture 6. La chronique « Désintox », créée en 2012, sur le site de la chaîne de télévision *Arte* et de son émission « 28 min. » (page consultée le 7 septembre 2017).

²¹¹ Disponible sur : <http://sites.arte.tv/28minutes/fr>. Page non consultable depuis la rénovation du site en 2016, remplacée par <http://sites.arte.tv/28minutes/fr/desintox-28minutes> (page consultée le 21 décembre 2016).

La particularité de « Désintox », donc : ne s'intéresser qu'aux fausses déclarations. En 2017, seuls le site internet de *Libération* (vers lequel a été transféré le blog en septembre 2013) et l'émission « 28 minutes » d'*Arte* (ainsi que son site web) offrent une tribune à cette rubrique. En effet, elle n'est plus présente régulièrement dans les pages du journal depuis plusieurs années.

Le quotidien *Le Monde* a lui aussi créé une rubrique de fact-checking, en 2009, sous l'appellation « Les Décodeurs ». Celle-ci sera d'abord un blog dédié, sur le web, et se charge un temps d'enquêter avec l'aide des internautes, comme le précisait alors son « mode d'emploi », rédigé par le fondateur de cette rubrique, le journaliste Nabil Wakim :

*« Ce blog du Monde.fr se propose de passer au crible les propos des hommes et femmes publiques pour y démêler le vrai du faux. Envoyez-moi vos interrogations sur les propos tenus dans les médias (...). Nous vérifierons ensemble la véracité des déclarations, à partir de sources fiables et transparentes et d'interlocuteurs de référence. »*²¹²

C'est la simple vérification d'une déclaration de Nicolas Sarkozy, à travers les traditionnels « *ce qu'il a dit* » et « *pourquoi c'est faux* », qui fera connaître le blog des « Décodeurs », dès le 9 novembre 2009 :

« Sarkozy : J'étais à Berlin le 9 novembre 1989. FAUX. Nicolas Sarkozy a bien visité Berlin après la chute du Mur, mais le 16 novembre 1989, et non le soir même, comme il l'a affirmé sur sa page Facebook. »

Depuis le 10 mars 2014, « Les Décodeurs » disposent d'une chaîne spécifique sur le site internet *LeMonde.fr*. Placés sous la responsabilité du journaliste Samuel Laurent, « Les Décodeurs », dont le mot d'ordre est « *Venons-en aux faits* », y présentent ainsi leur travail :

²¹² WAKIM Nabil, « Les Décodeurs, mode d'emploi », *Les Décodeurs*, 3 novembre 2009. Disponible sur : <http://decodeurs.blog.lemonde.fr/page/22/> (page consultée le 21 décembre 2016).

« *Les Décodeurs du Monde.fr vérifient déclarations, assertions et rumeurs en tous genres ; ils mettent l'information en forme et la remettent dans son contexte ; ils répondent à vos questions.* »²¹³

Une description plus détaillée de ce fact-checking, dans une charte, est par ailleurs mise en évidence sur le site²¹⁴ (voir annexe 5).

07 mars 2014

Les Décodeurs, c'est fini, place aux Décodeurs !

C'est ici que ça s'arrête. Après quatre ans et deux cents articles, des milliers de commentaires, nous changeons d'adresse, de périmètre, de maquette. D'un blog dédié au "fact-checking", nous allons devenir plus : une marque, basée sur les réseaux sociaux, et dédiée à la vérification, à la contextualisation et à l'exploitation des données.

Les Décodeurs vont devenir une rubrique à part entière sur le site du Monde.fr. Ils seront surtout plus présents sur les réseaux sociaux : [Twitter](#), mais aussi [Facebook](#).

Les Décodeurs nouvelle formule, ce seront toujours des vérifications factuelles, notamment de la parole des politiques. Jusqu'ici, vous connaissiez :

Annonce fermée par Google

Signaler cette annonce

Choisir sa pub ▶

Les décodeurs, mode d'emploi

Ce blog du Monde.fr se propose de passer au crible les propos des hommes et femmes publiques pour y démêler le vrai du faux. Envoyez-moi vos interrogations sur les propos tenus dans les médias à l'adresse lesdecodeurs@gmail.com ou sur le compte Twitter du blog. Nous vérifierons ensemble la véracité des déclarations, à partir de sources fiables et transparentes et d'interlocuteurs de référence.

Le service Politique du Monde

Capture 7. Le blog « Les Décodeurs », créé en 2009 sur le site du *Monde* (page consultée le 7 septembre 2017).

²¹³ « Les Décodeurs, mode d'emploi », *Le Monde*. Disponible sur : <http://www.lemonde.fr/les-decodeurs> (page consultée le 21 décembre 2016).

²¹⁴ « La charte des Décodeurs », *Le Monde*. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/03/10/la-charte-des-decodeurs_4365106_4355770.html (page consultée le 21 décembre 2016).

The screenshot shows the 'LES DÉCODEURS' section on the website Le Monde.fr. At the top, there is a navigation bar with categories: INTERNATIONAL, POLITIQUE, SOCIÉTÉ, ECO, CULTURE, IDÉES, PLANÈTE, SPORT, SCIENCES, PIXELS, CAMPUS, LE MAG, and EDITION ABONNÉS. The main heading is 'LES DÉCODEURS VENONS-EN AUX FAITS'. Below this, there are several article thumbnails with titles such as 'Enquête sur les usines à fausses informations qui fleurissent sur Facebook', 'Les mensonges d'un message qui dénonce le coût des soins accordés aux sans-papiers', and 'Un article de Breitbart présente Lukas Podolski, star du football allemand, comme un passeur de migrants'. A large article titled 'Quelle est la superficie des ouragans Irma, Harvey ou Katrina par rapport à l'Europe?' is featured with a map of Europe. Other sections include 'Les décodeurs, mode d'emploi', 'LA CHARTE', 'L'ÉQUIPE', and 'VOS QUESTIONS NOS RÉPONSES'.

Capture 8. La rubrique « Les Décodeurs », créée en 2014 sur le site du *Monde* (page consultée le 7 septembre 2017).

Cette fois encore, seuls de très rares articles sont publiés dans la version papier du quotidien. Mais un partenariat avec la radio *France Inter* et l'*AFP* a été conclu au cours de la saison 2012-2013, pour fact-checker le contenu de l'émission « Tous politiques », diffusée le dimanche sur la chaîne de radio publique. Quant aux travaux sur le web, ils vont au-delà de la simple vérification de la parole des politiques, avec

de la data-visualisation, des graphiques (sous-rubrique « Nanographix ») et, de plus en plus souvent, au fil des années, un travail de contextualisation des principaux faits d'actualité, et même des articles « En bref » pour faire chaque jour des récapitulatifs des principales actualités à 8 h, midi et 19 h.

Le quotidien économique *Les Échos* a, quant à lui, inauguré, en ligne également, sa propre rubrique de fact-checking, en novembre 2016, à l'aube de la primaire de la droite et du centre, en prévision de l'élection présidentielle : « Le Vrai-Faux des Échos ». La rédaction décrit ainsi son projet, qui consiste à publier un article chaque jour :

« Chaque jour, *Les Échos* passe au crible les petites phrases des personnalités du monde politique et économique. »²¹⁵

Toutefois, cette rubrique n'est plus alimentée depuis la fin de la période électorale en mai 2017.

Tandis que *Le Parisien* a très ponctuellement réactivé, de janvier à mars 2017 (le temps de produire moins d'une dizaine d'articles), le « Bureau de vérification de la petite phrase »²¹⁶ qu'il avait créé en octobre 2011 et n'avait plus utilisé depuis la fin de la précédente campagne pour l'élection présidentielle.

Mais la presse écrite n'est pas la seule à user du format fact-checking depuis plusieurs années en France. Les médias audiovisuels s'en sont emparés également. À l'instar de la chaîne de radio *France Info*, qui a mis à l'antenne, en rendez-vous hebdomadaire à partir du 7 janvier 2012, puis quotidiennement à compter d'août de la même année, une émission intitulée « Le Vrai du Faux ». Le projet de la station, qui consacre la majorité de sa grille au suivi de l'information en continu, est, en 2016, le suivant :

²¹⁵ « Le Vrai-Faux des Échos », *Les Échos*. Disponible sur : <http://www.lesechos.fr/politique-societe/dossiers/vrai-faux-fact-checking-presidentielle-2017-economie-politique/index.php> (page consultée le 21 décembre 2016).

²¹⁶ « Le bureau de vérification de la petite phrase », *Le Parisien*. Disponible sur : <http://actualites.leparisien.fr/le-bureau-de-verification-de-la-petite-phrase> (page consultée le 13 août 2017).

« *Le Vrai du Faux est un rendez-vous d'actualité qui passe au crible petites et grandes approximations qui émaillent le discours politique, économique, syndical..., diffusé sur France Info, du lundi au vendredi à 8h21, conduit par le journaliste de franceinfo Antoine Krempf. Au cours de ce rendez-vous de "fact-checking" (...), Antoine Krempf décortique les discours institutionnels, mais il scrute également les réseaux sociaux. Ce rendez-vous proposé par France Info vous propose une lecture décryptée, analysée, contextualisée du discours public.* »²¹⁷

Ce projet a certes sensiblement évolué au fil des saisons radiophoniques (avec l'attention plus récente portée aux réseaux sociaux notamment), mais il reste majoritairement consacré à la vérification de la véracité des propos politiques. Là encore, la chronique est relativement courte, puisqu'elle dure deux minutes environ, et débute par la diffusion de la déclaration politique vérifiée ensuite par le journaliste, en l'occurrence, depuis 2014, Antoine Krempf. On peut également la retrouver sur le site Internet de *France Info*, lié au site *FranceTVInfo* depuis septembre 2016, même si elle n'y est pas mise particulièrement en évidence. A compter de la rentrée 2017, la chronique a été rebaptisée « Le Vrai du Fake » et est consacrée au développement de deux informations : l'une dite « *incroyable mais vraie* », l'autre davantage liée à une fausse information diffusée le plus souvent via les réseaux sociaux.

Sa consœur *Europe 1* a fait de même, en septembre 2012, avec une émission intitulée « Le Vrai-Faux de l'Info », diffusée depuis cette date en direct au sein de sa tranche d'information matinale (entre 6 h 30 et 9 h). Le travail journalistique produit dans cette courte chronique de fact-checking (2 minutes) consiste à analyser une déclaration publique d'un homme politique, rediffusée pour l'occasion, et à aller chercher dans des rapports ou d'autres sources d'information de quoi confirmer ou infirmer cette déclaration.

(suite page 139)

²¹⁷ « Le Vrai du Faux, le concept de l'émission », *FranceTVInfo*. Disponible sur : <http://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux> (page consultée le 21 décembre 2016).

franceinfo: vidéos radio jt magazines DIRECT TV DIRECT RADIO

le vrai du faux Antoine Krempf du lundi au vendredi à 8h21

FLASH INFO DIRECT. Donald Trump a été investi président des Etats-Unis : regardez l'édition spéciale de franceinfo S'abonner

★ / replay radio / Le vrai du faux

Le Vrai du Faux du deuxième débat de la primaire à gauche

À RÉÉCOUTER Présenté par Antoine Krempf Diffusé le 16/01/2017 Durée : 00h02

18:31 • DIRECT

03:52	03:22	03:40	01:43	02:49	03:55	02:44

BFM TV LE DEBAT 2017 PRIMAIRE DE LA GAUCHE

Europe, Ecologie, demandeurs d'asile ou encore cannabis, les sept candidats à la primaire à gauche ont multiplié les affirmations ce dimanche 15 janvier... quitte à faire quelques raccourcis, exagérations et contre-vérités.

LES DERNIÈRES ÉMISSIONS

- Primaire à gauche : comment faire dire ce qu'on veut aux chiffres du chômage
- Le vrai du faux. "Les patrons français gagnent 3 000 à 4 000 euros par mois"
- Le vrai du faux. "Les jeunes médecins attendent 39 ans pour s'installer"

S'ABONNER
Podcast via iTunes
Podcast via RSS

LES ÉMISSIONS
8h30 Apathie
Si j'étais...
Tout et son contraire
Histoires d'Info
Plus d'émissions

Capture 9. La rubrique « Le Vrai du Faux », créée en 2012, sur le site de *France Info* (page consultée le 17 janvier 2017).

⌵ E1 Christophe HONDELATTE : Hondelatte raconte

ACCUEIL / EUROPE MATIN / LE VRAI-FAUX DE L'INFO

Le vrai-faux de l'info

SAISON 2017 - 2018 ⌚ Diffusion : 7H13 - 7H15 : Lundi, Mardi, Mercredi, Jeudi, Vendredi

Émission du jeudi 07 septembre 2017

PODCASTS

LE VRAI-FAUX DE L'INFO EST UNE CHRONIQUE DE L'ÉMISSION EUROPE MATIN

Par Géraldine WOESSNER

Les anciennes émissions

DATE	NOM
07/09/2017	Michel-Édouard Leclerc : "En 2018, on sera le premier employeur..."
06/09/2017	Géraldine Woessner fact-checke Philippe Vandel
05/09/2017	Dominique Méda : "En Allemagne, le taux de pauvreté des salariés..."
04/09/2017	Muriel Pénicaud : "Il faut aller vers les choses qui marchent...."
01/09/2017	Nicolas Dupont-Aignan : "J'estime que l'industrie pharmaceutique..."
31/08/2017	Pierre Gattaz : "95% des petites entreprises de moins de 300..."

Capture 10. La rubrique « Le Vrai du Faux », créée en 2012, sur le site d'Europe 1 (page consultée le 7 septembre 2017).

Comme pour « Le Vrai du Faux » de *France Info*, « Le Vrai-Faux de l'Info » d'*Europe 1* va connaître plusieurs présentateurs : Laurent Guimier, alors directeur de l'information numérique du pôle actualités de Lagardère Active, qui en est le créateur, la présente de 2012 à 2014 (avant de prendre la direction de la radio *France Info*), suivi par son confrère Jean-Philippe Balasse de l'été 2014 à l'été 2016 et, enfin, depuis septembre 2016, par Géraldine Woessner. Mais cette fois, c'est un travail d'équipe qui permet de produire le contenu de la rubrique, puisque ce sont jusqu'à trois journalistes qui travaillent de concert afin de dénicher et de vérifier des déclarations publiques fausses ou « étonnamment » vraies, dont deux jeunes journalistes en charge du travail de repérage pour le présentateur. À noter, le résumé d'une chronique est publié chaque dimanche, depuis octobre 2016, dans les pages Politique du *Journal du Dimanche*, qui appartient au même groupe (Lagardère Active).

Enfin, toujours parmi les grandes chaînes de radio nationales, *RTL* a commencé à proposer des contenus de fact-checking systématiquement à compter de mars 2016. C'est le journaliste Cyprien Cini qui s'essaye à cet exercice, dans la matinale et dans le cadre de sa chronique intitulée « Le saviez-vous ? ». Puis il est incité par sa rédaction en chef à poursuivre dans cette voie, jusqu'au 5 juillet 2016. La chronique est alors diffusée à l'antenne, puis mise en ligne, accompagnée d'un article chaque jour. Toutefois, depuis septembre 2016, *RTL* a cessé, pour des raisons de faisabilité, de consacrer la chronique de Cyprien Cini au fact-checking ; cet exercice reste toutefois réalisé dans des articles postés régulièrement sur *RTL.fr*, sans rubrique dédiée, mais avec un mot-clé d'identification (« fact-checking », donc)²¹⁸.

Quant au fact-checking télévisé, il est plus particulièrement développé, en 2017, par la rédaction de *France 2*. Sur la chaîne de service public, la rubrique « L'Œil du 20 Heures » fait ainsi partie des formats utilisés quotidiennement – en semaine – par le journal télévisé depuis septembre 2014.

²¹⁸ « Fact-checking », *RTL*. Disponible sur : <http://www.rtl.fr/recherche?query=fact-checking> (page consultée le 21 décembre 2016).

franceinfo: france.tv radiofrance Confidentialité Newsletters

L'ŒIL DU 20 HEURES

Un autre regard sur l'actualité

par L'équipe de l'Œil du 20 heures

Cabinets ministériels : pas plus de dix ! Qui ne respecte pas la règle ?

Publié le 30 août 2017 / 4 commentaires

Partager 16 Tweeter Partager

Les cabinets ministériels, désormais, c'est comme pour les voitures : il y a un nombre maximum de personnes autorisées. Mais, dans certains ministères, on a trouvé des petites astuces pour dépasser la limite réglementaire. Comment font-ils ? L'Œil du 20 Heures vous explique.

L'Œil du 20 Heures : 30 août 2017

"LE CABINET D'UN MINISTRE NE PEUT COMPRENDRE PLUS DE DIX MEMBRES"

Articles récents

- Service civique, le nouvel emploi précaire ?
- 400 000 normes en France... parfois absurdes !
- Le canal Seine-Nord : toujours promis, jamais construit !
- Cabinets ministériels : pas plus de dix ! Qui ne respecte pas la règle ?
- Baisse des APL : Gérard Darmanin connaît de généreux propriétaires qui baisseront leurs loyers. Vraiment ?

Commentaires récents

- Marianne dans Service civique, le nouvel emploi précaire ?
- Étienne Louis dans 400 000 normes en France... parfois absurdes !
- Kabo dans Le canal Seine-Nord : toujours promis, jamais construit !

Capture 11. La rubrique « L'Œil du 20 Heures », créée en 2014, sur le site de France Télévisions (page consultée le 7 septembre 2017).

Dès juillet 2014, le présentateur du 20 heures, David Pujadas, inaugurerait cette rubrique avec une enquête destinée à vérifier la réalisation d'une promesse du président de la République, François Hollande, datant de janvier 2014 :

« Nous inaugurons ce soir une nouvelle cartouche de ce journal, pour aller davantage encore au-delà des apparences et du ronron des discours publics. C'est le moment de vérification. La conférence sociale vient de s'achever, on en a parlé ; on va passer au crible un des points qui est au cœur du Pacte de responsabilité, les

contreparties des entreprises aux baisses de charges... Qui y croit vraiment ? Est-ce un leurre pour calmer les syndicats ? Un habillage ou bien une réalité qui prend corps ? Le crible du 20 Heures. »²¹⁹

Cette rubrique du journal télévisé, diffusée chaque soir du lundi au jeudi et qui promet « *un autre regard sur l'actualité* », n'est pas particulièrement mise en avant par la chaîne. Mais elle dispose toutefois d'un blog dédié, destiné à rassembler tous les contenus diffusés depuis sa création et hébergé par le site Internet de *France 2* devenu *FranceTVInfo - France Info* en septembre 2016. On peut y lire – dans son « à propos » – la présentation suivante :

« Couloirs politiques, décryptages de coups de communication, fact-checking, l'équipe de l'Œil du 20 heures pose un regard décalé sur ce qui fait l'actualité. Enquêtes et reportages à retrouver du lundi au jeudi dans le 20 heures et tous les jours sur ce blog. »²²⁰

Mais *France 2* a également testé le fact-checking dans d'autres circonstances, notamment dans son émission d'information politique « Des Paroles et des Actes ». Via une « *cellule de vérification* », appelée « Les Vérificateurs », installée hors plateau et composée de trois journalistes de *FranceTVInfo* ainsi que d'un présentateur, elle s'est un temps donné pour objectif de vérifier en direct les propos tenus à l'antenne par les invités politiques. La formule, peu dynamique et difficile à systématiser au fil d'une émission, a fait long feu et a été remplacée par des interventions et une chronique qui s'appuient sur ce qui se dit et est relevé par les téléspectateurs sur les réseaux sociaux.

Mais il existe, toujours dans le groupe *France Télévisions*, depuis septembre 2016, une nouvelle chronique de fact-checking, hebdomadaire cette fois. En effet, *France 5* dans l'émission dominicale « C Politique », propose ainsi « Le bureau de vérif' ». Elle est présentée par le journaliste Maxime Darquier, que le « synthé » qui apparaît en même temps que lui à l'écran nomme « Le vérificateur », tandis que la page de

²¹⁹ JT de 20 h du mercredi 9 juillet 2014, *FranceTVInfo*. Disponible sur : http://www.francetvinfo.fr/replay-jt/france-2/20-heures/jt-de-20h-du-mercredi-9-juillet-2014_637841.html (à 10') (page consultée le 21 décembre 2016).

²²⁰ « L'Œil du 20 Heures, Un autre regard sur l'actualité », *FranceTVInfo*. Disponible sur : <http://blog.francetvinfo.fr/oeil-20h/> (page consultée le 21 décembre 2016).

présentation Internet le décrit comme « *journaliste fact-checkeur* »²²¹. Cette fois la chronique ressemble à un échange avec le présentateur de l'émission, au cours duquel le journaliste dévoile les intox repérées dans le discours des personnalités politiques. Un contrôle encore une fois *a posteriori* et à propos de citations extraites d'autres médias, tandis que, dans la même émission, des invités politiques sont interviewés chaque jour en direct.

Enfin, pour ne citer ici que les expériences les plus significatives en matière de fact-checking en France, il ne faut pas oublier de regarder du côté des sites Internet *pure-players*. On peut alors citer *Lui Président*, site spécialisé au profil un peu particulier, car né au sein de l'École supérieure de journalisme de Lille, à l'initiative de trois étudiants, devenus journalistes en poste au *Monde.fr*, à l'AFP et à *FranceTVInfo.fr*. Lancé le jour même de l'investiture de François Hollande, le 15 mai 2012, il est aussi présent sous la forme d'un blog, hébergé depuis septembre de la même année sur la plateforme internet du *Monde.fr*. Son objectif diffère quelque peu, cependant, de celui de la plupart des autres acteurs du fact-checking français, qui, eux, s'intéressent à l'ensemble des discours publics des hommes et femmes politiques notamment. *Lui Président* se présente ainsi :

« *Lui Président est un site internet financièrement et politiquement indépendant. Il a pour ambition de vérifier la réalisation des engagements pris par François Hollande pendant sa campagne présidentielle, en toute objectivité. (...) Le site restera actif pendant l'ensemble du quinquennat de François Hollande.* »²²²

Ce fact-checking à durée limitée (mais sur cinq années tout de même) et concentré sur le contrôle de la réalisation des promesses de campagne du Président de la République est inédit en France. Il se rapproche de ce qui est fait aux États-Unis par le site *PolitiFact* et son outil de mesure des promesses tenues par les présidents américains : « *Obameter* », puis « *Trump-O-Meter* », puisqu'après avoir proposé un

²²¹ « C Politique et C Polémique, Présentation », *France 5*. Disponible sur : <http://www.france5.fr/emissions/c-politique/biographies> (page consultée le 21 décembre 2016).

²²² « À propos, Les promesses n'engagent que ceux qui les écoutent » *Lui Président*. Disponible sur : <http://www.luipresident.fr/a-propos> (page consultée le 22 décembre 2016).

« Hollandomètre », il propose désormais un « Macronomètre ». Aujourd'hui, *Lui Président* continue de travailler en proximité avec « Les Décodeurs », dans la mesure où l'un de ses fondateurs a intégré l'équipe de fact-checkeurs du *Monde*.

Tout aussi original, mais nettement moins exposé, le projet de *Vérité Politique* peine, quant à lui, à se faire une place dans les médias et auprès du grand public. Cette « association citoyenne », qui se définit également comme une « civic tech » (technologie permettant d'accroître le pouvoir des citoyens sur la vie politique) a vocation à produire du fact-checking à partir des contributions de ses membres et du grand public, ainsi qu'à recenser le fact-checking réalisé par les sites de fact-checking des médias français. Ce qui est un exercice inédit. Elle se donne un but ambitieux :

« Vérité Politique est une association dont l'objectif est de faciliter l'esprit critique citoyen, et par conséquent d'assainir une scène politique dont la légitimité est affaiblie par des femmes et hommes politiques qui ne sont plus tenus responsables de leurs propos et de leurs promesses. Vérité Politique mémorise, organise et comptabilise les contradictions, erreurs, et promesses non tenues de nos représentants. »²²³

En effet, l'autre atout de *Vérité Politique* est de donner accès, pour chaque responsable politique, à des données statistiques relatives à ses prises de parole fact-checkées : a-t-il menti ou dit juste dans la majorité des cas ou non ? A-t-il été présent régulièrement ou non à l'Assemblée nationale ? Etc. Reste que le site pâtit d'un manque de professionnalisme et peine à maintenir ses activités compte-tenu de l'investissement en dents de scie de ses contributeurs bénévoles.

Enfin, pour être le plus complet possible, nous évoquons ici une initiative toujours active, elle, mais qui ne s'intéresse pas à la parole politique *stricto sensu*. En effet, « Les Observateurs », de *France 24*, puisqu'il s'agit d'eux, visent à couvrir l'actualité internationale au travers des contenus amateurs, « sélectionnés, vérifiés, traduits et expliqués par des journalistes » et proposent ainsi un mode de fact-checking participatif dans sa rubrique de vidéos « Intox ». Il s'agit là de l'un des plus anciens

²²³ « Notre association », *Vérité Politique*. Disponible sur : <http://www.veritepolitique.fr/accueil/a-propos-verite-politique/> (page consultée le 23 décembre 2016).

dispositifs de fact-checking, dans la mesure où il a été créé dès 2007. Pour chaque vidéo classée dans cette rubrique et qui s'avère généralement très partagée sur les réseaux sociaux, « Les Observateurs » opèrent un décryptage (disponible en quatre langues : français, anglais, arabe et persan) qui permet de désamorcer la récupération qui a pu en être faite par les défenseurs ou détracteurs de telle ou telle cause. Sur le reste du site, des témoins des quatre coins du monde peuvent rendre compte d'une actualité en texte, photo et vidéo également ; des images elles aussi vérifiées par les journalistes de la rédaction des « Observateurs ». Ce que résume la présentation officielle du site :

« Nous couvrons l'actualité internationale au travers des témoignages directs d'"Observateurs", c'est-à-dire de ceux qui sont au cœur des événements. Vidéos, textes, photos : tous les contenus publiés sur ce site viennent d'"amateurs", mais ils sont sélectionnés, vérifiés, traduits et expliqués par des journalistes de France 24. »²²⁴

Le fondateur des « Observateurs », Julien Pain, est également à l'origine d'un programme diffusé depuis 2016 via *FranceTVinfo* : « L'Instant Détox ». Cette émission se veut interactive, car elle consiste, pour le présentateur, à confronter dans la rue les passants avec des fausses informations qui circulent sur les réseaux sociaux, en leur révélant qu'il s'agit d'une intox. Le concept de sensibilisation à la propagation des rumeurs est également original dans sa diffusion, puisque celle-ci a lieu d'abord sur *Facebook Live*, puis sur la chaîne de télévision *France Info* et ses réseaux sociaux.

Ces rubriques, chroniques, programmes et sites qui mettent en avant le fact-checking en France, en 2015, 2016 et 2017 – période retenue pour notre observation du paysage médiatique – ont été précédés et/ou accompagnés de bien d'autres. En effet, c'est lors de la campagne pour l'élection présidentielle de 2012 que le fact-checking a fait assez massivement son apparition dans les médias nationaux. La plupart des initiatives dont nous allons parler ci-dessous ont été mises en sommeil à l'été 2012,

²²⁴ « À propos des Observateurs », *Les Observateurs*. Disponible sur : <http://observers.france24.com/fr/static/a-propos> (page consultée le 23 décembre 2016).

mais parfois avec l'espoir, dans les rédactions concernées, de pouvoir les réactiver ultérieurement. Or il nous semble intéressant de rappeler ici dans quel contexte concurrentiel et dans quel environnement d'émulation journalistique ont émergé les projets sur lesquels nous nous attarderons tout au long de ce travail de recherche. C'est pourquoi il nous a semblé opportun de mentionner aussi, ici, quelques initiatives aujourd'hui disparues ou en sommeil.

Ainsi, l'hebdomadaire *Le Journal du Dimanche* (JDD) a inauguré, sur son site *LeJDD.fr*, en janvier 2011, une rubrique intitulée « Détecteur de mensonges ». La rédaction en expliquait ainsi le principe :

« En campagne, les hommes politiques ont souvent tendance à grossir les chiffres, minimiser l'impact d'un phénomène ou lancer quelques généralités au sein de débats pendant lesquels leurs adversaires ou les journalistes n'ont pas toujours le temps de les reprendre. (...) LeJDD.fr s'est donc appliqué à passer au détecteur de mensonges les déclarations parfois imprécises ou erronées de la classe dirigeante. Partant d'une promesse de campagne effectuée en 2007 ou d'une petite phrase sortie lors d'un débat d'avant-primaire socialiste, notre jauge de vérité tente de démêler le vrai du faux, en temps réel. »²²⁵

Dans cette rubrique, tous les articles fonctionnent sur un même modèle : un curseur indique le degré de vérité contenu dans la citation vérifiée, entre 0% pour une déclaration fautive et 100% pour une déclaration vraie. La rubrique a reçu de nombreux articles en 2011-2012, puis, de manière toujours plus discontinue jusqu'à moins de dix articles par an depuis 2014, pour finalement ne plus être alimentée depuis août 2016 et la perspective pour la rédaction web du *Journal du Dimanche*, de devoir fusionner ses activités avec celles d'*Europe1.fr*.

La période électorale 2011-2012 aura également été l'occasion pour le magazine *Le Nouvel Observateur*, devenu *L'Obs*, de mettre sur pied, sur son site Internet, « Les

²²⁵ « Les politiques passés au détecteur de mensonges », *LeJDD.fr*. Disponible sur : <http://www.lejdd.fr/Election-presidentielle-2012/Actualite/Les-politiques-passes-au-detecteur-de-mensonges-du-JDD.fr-444148> (page consultée le 22 décembre 2016).

Pinocchios de l'Obs ». Inspirée du système d'évaluation du « Fact Checker » créé aux États-Unis par le *Washington Post*, cette rubrique explique se focaliser sur « *le décryptage des phrases des politiques, leurs mensonges* »²²⁶. Des articles y seront publiés pendant une année seulement, d'octobre 2011 à octobre 2012.

C'est d'ailleurs sur cette même période que le site *pure-player* d'information sur Internet, *Rue89*, désormais partenaire de *L'Obs* (leurs sites sont jumelés à partir de 2013, puis fusionnés en 2015), teste une rubrique « Contrôle technique », dont la rédaction décrivait la philosophie ainsi :

*« Rue89 les prend (les politiques) la main dans le sac et rétablit la vérité des faits, pour se livrer à un « fact-checking » des chiffres et études balancés à tort et à travers dans le débat public. Qu'ils soient faux, tordus, manipulés, tronqués, mal interprétés, détournés, on prend un peu de temps, on remet tout ça à l'endroit, dans le bon contexte. On compare ce qui est comparable. On source. On se rappelle que les chiffres peuvent dire tout et son contraire. »*²²⁷

L'élection présidentielle de 2012 sera aussi l'occasion de tester pour la première fois des formats de fact-checking à la télévision. La chaîne télévisée d'information en continu *i>Télé* crée ainsi « Le Véritomètre », grâce à un partenariat avec le site Internet *Owni*, qui se définit alors comme un « *média d'enquête, de reportage et de data-journalisme, et dédié aux cultures numériques ainsi qu'aux nouveaux enjeux de société* »²²⁸. Cet outil n'a été utilisé que le temps de la campagne sur *i>Télé* ; par ailleurs, *Owni* n'a pas été en mesure d'en prolonger l'existence, dans la mesure où le site spécialiste du data-journalisme a lui-même fait l'objet d'une liquidation judiciaire le 21 décembre 2012. Mais l'intention de ces deux médias était relativement claire (bien que contestée dans son côté « notation » des candidats, sans distinction entre mensonges et erreurs). Et, les contenus créés par *Owni* étant toujours en ligne, il reste

²²⁶ « Politique, Les Pinocchios de l'Obs », *Tempsreel.NouvelObs*. Disponible sur : <http://tempsreel.nouvelobs.com/politique/les-pinocchios-de-l-obs/> (page consultée le 22 décembre 2016).

²²⁷ « Contrôle Technique », *Rue89.NouvelObs*. <http://rue89.nouvelobs.com/controle-technique> (page consultée le 22 décembre 2016 ; citation archivée, non consultable).

²²⁸ « Politique ; À propos », *Owni*. Disponible sur : <http://owni.fr/a-propos/> (page consultée le 22 décembre 2016).

aisé de consulter ses intentions d'alors, notamment à travers cet extrait d'un article du journaliste Nicolas Patte :

« Le “Véritomètre” est impitoyable et absolument impartial. Les grands rendez-vous médiatiques de François Bayrou, François Hollande, Eva Joly, Marine Le Pen, Jean-Luc Mélenchon et Nicolas Sarkozy y ont été et y seront scrutés mot à mot, analysés au scalpel dans un grand exercice de vérification des faits (« fact-checking »), en confrontant en permanence leurs verbes à la réalité des chiffres officiels. Chaque intervention a été et sera découpée quotidiennement en multiples citations qui, toutes, font l'objet d'un examen personnel et finalement d'une sanction : “correct”, “incorrect” ou “imprécis”. Avec neutralité. Ainsi, c'est la somme de ces citations qui donne un indice final de crédibilité à chaque discours, entretien ou débat majeur de la campagne. Et c'est l'ensemble de ces interventions qui attribuent un indice global moyen aux six candidats à l'élection présidentielle, encadrés pour cette occasion sur un classement qui déterminera précisément celui ou celle en qui tient la “ligne de crédit” – corde de la confiance à l'instant donné. »²²⁹

Bien entendu, chaque vérification donnait également lieu, en plus des interventions télévisées de présentation des résultats du baromètre, à des articles en bonne et due forme sur le site Internet. Des graphiques « contextualisés et sourcés » sont également publiés au fur et à mesure que les thèmes majeurs de la campagne sont abordés dans les débats et prises de parole des candidats, de façon à constituer une base de donnée consultable ensuite par tout citoyen souhaitant réaliser, en somme, son propre fact-checking.

Une seconde chaîne d'information en continu tentera elle aussi l'expérience du fact-checking, de la rentrée de septembre 2012 à juin 2013 cette fois, en l'adaptant au concept de l'interview politique plus traditionnelle : *LCI*, avec l'émission

²²⁹ « Le Véritomètre de la présidentielle », *Owni*. Disponible sur : <http://owni.fr/2012/02/16/veritometre-factchecking-presidentielle/> (page consultée le 22 décembre 2016).

hebdomadaire « À l'épreuve des faits »²³⁰. L'objectif est cette fois plus proche de ce qu'a réalisé le *pure-player* *Lui Président*, puisqu'il s'agit de faire s'expliquer chaque semaine un membre du gouvernement ou un autre responsable politique sur la concrétisation ou la non concrétisation d'une ou de plusieurs promesses de campagne de François Hollande. « *Notre challenge est d'être à la pointe de l'innovation éditoriale et de donner le ton avec de nouveaux concepts d'émissions* », déclare alors au *Parisien* Eric Revel, directeur général de la chaîne²³¹. Reste que le déroulé de l'émission s'apparentera finalement beaucoup à un débat traditionnel, les interviewers politiques n'étant manifestement pas très rompus aux techniques du fact-checking.

Enfin, plus récemment, un média *pure-player* doté d'un projet fortement consacré au fact-checking a tenté de s'imposer dans le paysage médiatique. Il s'agit de *Facta Media*, sous-titré « *fact-checking et data, l'actualité à l'épreuve des faits* », né en mars 2014, qui était alors décrit ainsi par les fondateurs du site, principalement l'entrepreneur Jean-Charles Simon :

« *Face à l'information préfabriquée, aux erreurs qui s'installent dans l'espace public ou à la simple méconnaissance des termes d'un débat, s'en tenir aux faits représente un enjeu majeur. Facta Media a l'ambition d'y concourir avec une plateforme où chacun peut partager ses connaissances et dépasser ses opinions personnelles pour élaborer l'information factuelle la plus pertinente.* »²³²

L'équipe rédactionnelle se donnait pour objectif de répondre factuellement aux questions des Internauts, de publier des articles faisant le point sur des thèmes d'actualité et de développer une sous-rubrique fact-checking dans sa rubrique politique. Le tout accessible sur abonnement. Toutefois, ce projet éditorial a été largement corrigé depuis. Le site de *Facta Media* a même été rebaptisé *Stacian* et est devenu un fournisseur de données statistiques et d'analyse, plus faciles à valoriser

²³⁰ Les archives de l'émission sont uniquement disponibles sur : https://www.facebook.com/A-l%C3%A9preuve-des-faits-LCI-282754175177033/?ref=page_internal (page consultée le 22 décembre 2016).

²³¹ « LCI demande des comptes à Hollande », *Le Parisien*. Disponible sur : http://www.leparisien.fr/tv/lci-demande-des-comptes-a-hollande-21-08-2012-2132094.php?google_editors_picks=true (page consultée le 22 décembre 2016).

²³² FACTA MEDIA, www.factamedia.com (citation archivée, non consultable).

auprès d'éventuels clients professionnels, mais toujours connectées à l'actualité (via une rubrique « *Data News* », comme il l'exprime désormais :

*« Spécialiste des données, de la statistique et de l'analyse économique, Stacian (précédemment Facta) propose une solution globale de statistiques publiques en ligne, aussi outil de data visualisation. Stacian réalise également des travaux de recherche et d'analyse de données, d'étude économique et de modélisation économétrique. »*²³³

C'est ainsi que l'on peut clore la liste des initiatives médiatiques réellement consacrées au fact-checking en France. Qu'elles soient toujours en activité, en sommeil ou réadaptées aux objectifs des médias qui les diffusent, elles témoignent d'un réel intérêt journalistique pour l'exercice du fact-checking. Reste que leur énumération, pour être tout à fait exhaustive, gagne à être complétée par quelques productions supplémentaires, souvent plus ciblées et ne s'intéressant donc pas à la vérification de la parole publique de manière aussi globale. Ces dernières concernent bien entendu toujours le champ médiatique français, mais pour vérifier les faits à l'échelle des politiques européennes, par exemple, ou pour s'intéresser aux informations véhiculées sur les réseaux sociaux. C'est pourquoi nous avons choisi de ne pas les traiter en détail dans notre travail. Cette fois encore, certaines de ces productions sont toujours d'actualité, quand d'autres sont mises en sommeil.

La thématique européenne va en effet servir de support à des tentatives nombreuses pour créer des rubriques, chroniques ou *pure-players* consacrés tout entier au fact-checking. Cela s'observe dès 2012, également à l'occasion de la campagne pour l'élection présidentielle en France, très vraisemblablement pour contrer le grand nombre de préjugés véhiculés sur le sujet, tant par le personnel politique que par le grand public lui-même, alors même que les décisions des institutions européennes pèsent pour une grande part dans les choix politiques nationaux.

²³³ « À propos », *Stacian*. Disponible sur : <http://www.stacian.com/a-propos/> (page consultée le 23 décembre 2016).

Ainsi, tout comme un partenariat a été instauré entre *i>Télé* et *Owni*, un accord est aussi passé, toujours en 2012, entre la rédaction de *TF1* et l'équipe du *pure-player Vigie 2012*. Cette dernière s'était donné une mission précise, à sa création :

« Pendant ces neuf mois de discours, de débats et de prises de parole, les candidats vont s'exprimer, dire tout et son contraire. Le rôle de la vigie est de décrypter les déclarations des candidats à la lumière de la réalité européenne. Par l'intermédiaire de la rubrique « vrai-faux », la vigie analyse la véracité des propos de chaque candidat. Dans la rubrique « qui en parle le plus », la vigie scrute les médias ainsi que les candidats et mesure la place donnée à l'Europe dans la campagne. La Vigie 2012, se veut un outil efficace, clair et non partisan pour apporter un éclairage européen objectif sur cette campagne présidentielle de 2012. »²³⁴

TF1 la sollicite alors pour mener une expérience de « *live fact-checking* », dit-elle, à l'occasion de chaque épisode de l'émission politique hebdomadaire « Parole de Candidats », qui confronte pendant plus de deux heures les candidats à la présidentielle à un panel de citoyens et de journalistes. Le travail de ce média n'est plus, en 2017, consultable en ligne²³⁵.

D'ailleurs, si cette initiative n'a pas perduré au-delà de la campagne présidentielle, certains de ses participants et fondateurs (dont Jean-Christophe Boulanger, président du Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne, Spiil) vont poursuivre un temps leur démarche de vérification de la parole publique sur les politiques françaises et européennes au sein d'un autre média, fondé, lui, en 2013, à Paris : le site Internet *Contexte*. Toutefois, ce « journal des politiques françaises et européennes » n'a clairement pas fait du fact-checking et de l'évaluation des citations par des « vrai » ou des « faux » sa priorité. Tout juste continue-t-il de l'utiliser ponctuellement, jusqu'en 2016, en tant que format d'article parmi beaucoup d'autres.

Enfin, pour en terminer avec cette recension des différents médias soucieux d'appliquer le fact-checking à l'échelle européenne, on ajoutera deux initiatives. La

²³⁴ « Une Vigie européenne, pour quoi faire ? », *Vigie 2012*. Disponible sur : <http://www.vigie2012.eu/Qui-sommes-nous> (page archivée).

²³⁵ Disponible sur : <http://www.vigie2012.eu/> et <https://www.facebook.com/vigie.eu/>

première est celle du site *Factwatchers*, qui, à la manière d'une civic tech citoyenne, se proposait en 2012 « *d'améliorer le débat politique* », grâce à des contenus produits par ses créateurs, mais aussi par ses lecteurs, entièrement constitués d'articles de fact-checking. Entre autre particularités, le site mettait à la disposition de ses lecteurs-contributeurs des définitions de termes, comme « fait » (« *Nous considérons qu'un fait est une donnée objective qui a déjà été vérifiée ou qui peut l'être sur la base de sources fiables.* ») ou « vérification » (« *Une vérification est l'analyse d'une citation, sur la base de sources fiables, qui aboutit sur un résultat (en l'occurrence sur Factwatchers : faux, plutôt faux, plutôt vrai ou vrai.* »).

Surtout, les six fondateurs, qui ont fait cesser l'activité du site fin mai 2012, définissaient ainsi leur projet de « *plateforme de fact-checking collaboratif* » :

*« L'objectif de Factwatchers est d'améliorer la qualité du débat politique en proposant des ressources fiables, informées et ouvertes sur la véracité des déclarations de nos politiques. Sorte d'encyclopédie du fact-checking, Factwatchers est aussi et surtout un outil collaboratif : chacun peut y ajouter des contributions et vérifications. Nous pensons en effet que la vérification des faits doit être, en plus d'une pratique journalistique, une pratique citoyenne et qu'elle doit aussi s'appuyer sur les connaissances et compétences de chaque individu. Nous sommes tous experts d'un sujet. »*²³⁶

C'est un projet identique que cherche à nouveau à développer, en 2016, à l'échelle nationale cette fois, le site *Vérité Politique* (voir plus haut).

Quant à la dernière initiative, *FactCheckEU*, centrée, elle aussi, sur les politiques européennes, elle se présente ainsi :

« La première plateforme européenne de crowd-checking, l'approche collaborative de la vérification par les faits. Les utilisateurs tiennent un rôle clef : ils peuvent mettre en ligne des citations, les traduire et les vérifier avec l'aide de l'équipe de FactcheckEU. FactcheckEU est une plate-forme collaborative et souhaite élargir au maximum les débats sur

²³⁶ « À propos », *Factwatchers*. <http://www.factwatchers.com/a-propos> (citation archivée, non consultable). Les seules informations encore disponibles en ligne le sont via : <http://blog.factwatchers.com/> et <https://www.facebook.com/FactWatchers-226128717471032/>

l'Europe, en les basant sur la réalité des chiffres et des faits plutôt que les stéréotypes et les préjugés.»²³⁷

Le site, traduit en six langues, est opéré par *NumbersEU*, une association à but non lucratif mise en place par *Pagella Politica* (premier site de fact-checking en Italie). Son fondateur n'est donc autre que Alexios Mantzarlis, journaliste italien aujourd'hui à la tête de l'International Fact-Checking Network (IFCN), créé aux États-Unis au sein de l'Institut Poynter. *FactCheckEU* n'est plus actualisé depuis mai 2015.

Finalement, l'énumération de ces initiatives, relativement nombreuses et hétéroclites, ayant pour objet le fact-checking, permet d'identifier un mode de fonctionnement calqué sur le modèle du fact-checking américain de nouvelle génération. Leur travail de vérification de l'information est généralement ponctuel, appliqué à des contenus externes issus d'autres médias ou de la sphère publique plus globalement, a posteriori (c'est-à-dire après qu'ils aient été publiés ou diffusés) et avec un maximum d'affichage (d'exposition médiatique), afin d'être vu, lu ou entendu par le plus grand nombre de lecteurs/auditeurs/télespectateurs.

Force est de constater, également, que beaucoup de médias « traditionnels » (ou, autrement dit, de médias qui ne sont pas nés sur Internet) se sont emparés de cette pratique journalistique. Souvent, ils ont dédié une équipe de journalistes pour s'en charger, avec là encore des disparités, nous le verrons et ont fait le choix de s'y consacrer sur la durée : c'est le cas de *Libération*, *Le Monde*, *France Info*, *Europe 1*, *France 2*.

Parfois aussi, ces médias « traditionnels » ont testé cet outil le temps de la campagne électorale de la présidentielle 2012, comme *L'Obs*, *Le Journal du Dimanche*, voire, dans une certaine mesure, la chaîne d'information en continu *LCI*. Mais ce qui surprend quelque peu, c'est le mode de diffusion de ce fact-checking retenu par les médias de la presse écrite : aucun d'entre eux n'a choisi, à long terme, de publier ce travail dans les colonnes de la version *print* de leur journal ou magazine. Sans doute parce que ce fact-checking là est né sur Internet et qu'il a vocation à contrer dans les plus brefs délais des contrevérités dites dans l'espace public sans leur laisser le temps

²³⁷ « À propos », *FactCheckEU*. Disponible sur : <http://factcheckeu.org/fr/static/about> (page consultée le 23 décembre 2016).

de toucher une large cible. Sans doute aussi pour des raisons éditoriales qu'il nous appartiendra de traiter plus loin.

MÉDIA	RUBRIQUE / CHRONIQUE	DATE DE CRÉATION	PARTICULARITÉS	ACTIVITÉ FIN 2017
<i>Libération</i>	« Désintox »	11/2008	Blog qui devient rubrique du site en septembre 2013. Partenariat avec <i>RTL</i> de janvier à juin 2012. Partenariat avec <i>Arte</i> depuis septembre 2012.	OUI
<i>Le Monde</i>	« Les Décodeurs »	11/2009	Blog qui devient rubrique du site le 10 mars 2014. Partenariat avec <i>France Inter</i> en 2012-2013.	OUI
<i>Le JDD</i>	« Détecteur de mensonges »	01/2011	Couverture de la campagne présidentielle 2012 essentiellement.	NON
<i>Le Parisien</i>	« Bureau de vérification de la petite phrase »	10/2011	Opération ponctuelle : campagnes présidentielles 2012, puis 2017 (rubrique clôturée en mars 2017).	NON
<i>L'Obs</i>	« Les Pinocchio de l'Obs »	10/2011	Une seule année d'activité, jusqu'en octobre 2012.	NON
<i>Rue 89</i>	« Contrôle technique »	10/2011	Site racheté par <i>L'Obs</i> et contenus archivés.	NON
<i>Vigie 2012</i>	« Vigie 2012 »	10/2011	Partenariat avec TF1 dans le cadre de l'émission « Parole de candidats ». Contenus archivés.	NON
<i>I-Télé</i>	« Le Véritomètre »	12/2011	En partenariat avec le pure-player <i>Owni</i> .	NON
<i>France Info</i>	« Le Vrai du Faux » / « Le Vrai du Fake »	01/2012	Format hebdomadaire, devenu quotidien à compter du mois d'août 2012.	OUI
<i>Factwatchers</i>	« Factwatchers »	04/2012	Fact-checking collaboratif. Contenus archivés.	NON
<i>Lui Président</i>	« Lui Président »	05/2012	Vérification des promesses de campagne présidentielle.	OUI
<i>Europe 1</i>	« Le Vrai-Faux de l'Info »	09/2012		OUI
<i>France 2</i>	« Les Vérificateurs »	09/2012	Vérification en direct pendant l'émission « Des paroles et des actes ».	NON
<i>LCI</i>	« A l'épreuve des faits »	09/2012	Émission hebdomadaire.	NON
<i>Contexte</i>	« Fact-checking »	12/2013	Site consacré aux politiques européennes.	NON
<i>FactCheckEU</i>	« FactCheckEU »	01/2014	Fact-checking collaboratif. Contenus archivés.	NON
<i>Facta Média</i>	« Facta Media »	03/2014	<i>Facta média</i> est devenu <i>Stacian</i> , mais produit moins de fact-checking désormais.	OUI
<i>France 24</i>	« Intox »	03/2014	Rubrique du site « Les Observateurs » (en ligne depuis 2006).	OUI
<i>France 2</i>	« L'Œil du 20 Heures »	07/2014	Rubrique du journal télévisé. Contenus archivés sur un blog spécifique.	OUI
<i>Vérité Politique</i>	« Vérité Politique »	06/2015	Association de type <i>civic tech</i> .	NON
<i>RTL</i>	(« Le saviez-vous ? »)	03/2016	Évolution d'une rubrique matinale plus classique, Stoppée en juin 2016.	NON
<i>France 5</i>	« Le Bureau de Vérif »	09/2016	Chronique de l'émission « C Politique ».	OUI
<i>France TV</i>	« L'instant détox »	09/2016	Rubrique diffusée sur les réseaux sociaux et par la chaîne <i>France Info</i> .	OUI
<i>Les Échos</i>	« Le Vrai-Faux des Échos »	11/2016	Opération ponctuelle : campagne présidentielle 2017 (rubrique clôturée en mars 2017).	NON

Tableau 1. Les principaux sites de fact-checking.

Ce que l'on peut retenir également de cette période d'apparition du fact-checking dans le paysage médiatique français, autour de l'année 2012 notamment, c'est un certain foisonnement, en particulier sur Internet. Un foisonnement sur lequel se sont d'ailleurs adossées d'autres rédactions de médias « traditionnels », comme *i>Télé* qui a fait confiance au *pure-player Owni*, pour diffuser un « Véritomètre » ou *TF1* qui s'est appuyée sur l'équipe du *pure-player Vigie 2012* pour mesurer les approximations des déclarations des candidats à la présidentielle sur l'Europe.

Mais au-delà de ces cas particuliers, nombre d'initiatives vont tenter de faire leur place uniquement via leur site Internet, avec plus ou moins de succès. Le travail de *Lui Président* est certainement celui qui a été le plus relayé, compte-tenu de son travail dans la durée – les cinq années du mandat présidentiel – et de son mode de fonctionnement. En effet, il a bénéficié des relais de ses fondateurs (trois journalistes installés dans trois grandes rédactions parisiennes) et de coûts de fonctionnement faibles puisque ses rédacteurs étaient des étudiants de l'École supérieure de journalisme de Lille. *Facta Media*, l'autre *pure-player* qui disposait aussi d'un ambitieux projet en matière de fact-checking a dû, lui, réviser sa ligne éditoriale, en même temps que son modèle économique.

Les *pure-players* à vocation associative et participative ont eu, de leur côté, bien du mal à maintenir leur activité. Les *FactCheckEU*, *Vigie2012* et *Factwatchers*, dont l'activité prévoyait de s'exercer à l'échelle européenne, ont tous aujourd'hui cessé leur activité. Sur ce créneau, seul *Contexte* persiste, mais avec un modèle payant qui ne mise plus du tout sur le fact-checking comme il le faisait davantage à ses débuts. Quant à la civic tech *Vérité Politique*, elle peine, y compris en période électorale, à maintenir ses activités.

En somme, ne subsistent principalement, dans le paysage médiatique français, que des rubriques de fact-checking adossées à des médias « traditionnels ». Cela constitue peut-être la principale différence avec le fact-checking tel qu'il est porté aux États-Unis. En effet, hormis le « Fact Checker » du *Washington Post*, les *Politifact* et *FactCheck*, qui symbolisent cette innovation journalistique de l'autre côté de l'Atlantique, sont, eux, portés par des modèles de *pure-players* financés par des fondations et universités dotées de moyens financiers importants (*Poynter* pour l'un,

le *Annenberg Public Policy Center* de l'université de Pennsylvanie pour l'autre). Il nous faudra donc étudier, également, en quoi ce modèle économique est susceptible d'influer sur les travaux des fact-checkeurs.

4.2.3. Des équipes de jeunes journalistes web

Il est également intéressant, pour se faire une idée précise de la manière dont existe aujourd'hui et se manifeste le fact-checking dans les médias français, de regarder d'un peu plus près le profil des journalistes concernés. En effet, il s'avère instructif de poser un regard plus sociologique sur la composition des équipes de fact-checkeurs, notamment parce que – nous y reviendrons au moment de la remise en cause de la connivence entre journalistes et politiques – leur profil particulier implique chez eux une conception singulière, peut-être idéalisée aussi parfois, de leur métier : ce sont des professionnels plutôt jeunes, dont l'âge moyen dépasse exceptionnellement 40 ans et descend fréquemment en-deçà des 30 ans, puisque nombre d'entre eux ont été recrutés pour effectuer de telles missions dès leur sortie d'école de journalisme. Or cette conception, à laquelle il serait plus complexe de laisser libre cours dans les services classiques des rédactions, semble pouvoir s'épanouir plus favorablement dans les services web auxquels sont généralement rattachées les initiatives de fact-checking.

Pour mémoire, notre travail de recherche est en partie fondé sur des entretiens semi-directifs réalisés auprès de trente et un journalistes professionnels, la plupart d'entre eux étant impliqués (ou ayant été impliqués) dans des entités qui produisent des articles et chroniques de fact-checking. Cet échantillon a été constitué en recherchant et en entrant en contact avec les professionnels investis dans les médias fact-checkeurs recensés dans notre panorama des initiatives conduites en France sur ce terrain journalistique. De fait, nous avons cherché à rencontrer le maximum de ceux qui pratiquent ou ont pratiqué le fact-checking depuis son apparition dans le paysage médiatique hexagonal, en 2008. Nous pouvions en effet nous permettre de vouloir être relativement exhaustif dans cette approche, puisque, finalement, peu de journalistes ont ainsi pratiqué la vérification à travers des productions dédiées, voire de rubriques ou de médias dédiés. Une initiative récente de fact-checking collaboratif appelée « CrossCheck », menée à l'occasion de l'élection présidentielle de 2017 en

France – nous y reviendrons plus particulièrement à la fin de la seconde partie – nous a d’ailleurs permis de conforter cette observation. Les rassemblements de journalistes fact-checkeurs auxquels elle a donné lieu ont en effet fédéré des personnes dotées de parcours professionnels assez similaires à ceux des personnes que nous avons questionnées à travers notre propre enquête : généralement de jeunes journalistes diplômés au cours des cinq dernières années et qui occupent leur premier poste au sein des rédactions.

Comme nous l’avons montré dans le panorama des initiatives, la plupart des expériences de fact-checking conduites dans les médias français l’ont été principalement sur le site Internet des journaux, voire également sur l’initiative de journalistes rattachés à ces services web. Elles sont alimentées par de jeunes journalistes peu expérimentés, qui constituent souvent l’effectif de ces services. À titre d’exemple, Baptiste Bouthier a intégré « Désintox » en 2012, après être sorti diplômé du CFJ Paris en 2011 ; même chose pour Alexandre Pouchard, son camarade de promotion, entré, lui, au *Monde* la même année, pour rejoindre « Les Décodeurs » en 2014, passant ainsi sous la responsabilité de Samuel Laurent, aujourd’hui âgé de 37 ans. Ce cas de figure, qui rassemble des journalistes jeunes, fraîchement sortis d’une des 14 écoles (souvent parisiennes ou lilloise) dont les cursus sont reconnus par la Commission paritaire nationale de l’emploi des journalistes (CPNEJ) est d’ailleurs bien loin d’être une exception.

En effet, parmi la trentaine de professionnels que nous avons questionnés (31 personnes au total), 23 exerçaient ou avaient déjà exercé à un moment de leur carrière une ou plusieurs fonctions de fact-checking. Parmi eux, 19 exerçaient – au moment de l’entretien – ou avaient exercé dans l’année précédente une fonction opérationnelle de fact-checking. Leur moyenne d’âge est de 35 ans et leur âge médian est de 34 ans, avec un plus jeune fact-checkeur âgé de seulement 25 ans (Maxime Vaudano, au *Monde*) et un plus ancien âgé de 47 ans (Jean-Philippe Balasse, à *Europe 1*).

(suite page 160)

MÉDIA	NOM	FONCTION	ÂGE (en 2017)	ÂGE (début du FC)	ÉCOLE FORMATION	EXPÉRIENCE FC AVANT	PARTICULARITÉ
LE MONDE	Samuel Laurent	Responsable « Les Décodateurs »	37 ans	30 ans	EJ DG	non	Recruté sur le web au Figaro par Laurent Guimier
	Alexandre Pouchard	Responsable adjoint « Les Décodateurs »	31 ans	23 ans	CFJ	Stage « Désintox » 2011	Cédric Mathiot a été son prof au CFJ
	Nabil Wakim	Rédacteur en chef	36 ans	28 ans	Celsa	non	Crée « Les Décodateurs » en 2009
	Nicolas Chapuis	Rédacteur en chef	30 ans	-	CFJ	-	-
	Maxime Vaudano	Journaliste	25 ans	20 ans	ESJ	« Lui Président »	Crée « Lui Président » en 2012 et entre au Monde en 2013
LIBÉRATION	Cédric Mathiot	Responsable « Désintox »	42 ans	33 ans	CFJ	non	Crée « Désintox » en 2008
	Baptiste Bouthier	Journaliste	30 ans	26 ans	CFJ	Remplacement « Désintox » 2012	Cédric Mathiot a été son prof au CFJ
	Guillaume Launay	Rédacteur en chef	42 ans	36 ans	ESJ	non	« Désintox » en 2011-2012 seulement

FRANCE INFO	Laurent Guimier	Directeur	46 ans	40 ans	CFJ	JDD Europe 1	A recruté Samuel Laurent au Figaro.fr A fondé deux rubriques/chronique de FC
	Gérald Roux	Journaliste	55 ans	50 ans	- Studio école de France	non	A fondé en 2012 « Le Vrai du Faux »
	Antoine Krempf	Journaliste	33 ans	30 ans	CUEJ	Remplacements 2012	
	Estelle Cognacq	Rédactrice en chef	43 ans	41 ans	Celsa	non	Création Agence France Info + carrière web
EUROPE 1	Jean-Ph. Balasse	Journaliste	47 ans	44 ans	IPJ	non	Avait été directeur de la rédaction
	Maxime Laurent	Journaliste	29 ans	24 ans	- <i>IEJ</i>	non	A commencé avec Laurent Guimier
	Kim Biegatch	Journaliste	29 ans	24 ans	-	non	A commencé avec Laurent Guimier

FRANCE TV	Hervé Brusini	Directeur des rédactions web	64 ans	-	-	-	-
	Hugo Plagnard	Rédacteur en chef adjt « L'Œil du 20 heures »	40 ans	37 ans	CFJ	non	-
	Damien Brunon	Journaliste (data)	27 ans	24 ans	ESJ	non	carrière web (Europe 1)
	Antonin Lhôte	Journaliste	47 ans	-	-	-	-
	Clément Parrot	Journaliste	30 ans	27 ans	ESJ	« Lui Président »	Crée « Lui Président » en 2012 et entre aux « Vérificateurs », « DPDA » en 2013.
	Nicolas Iommi	Journaliste	38 ans	36 ans	Université	non	« Les Vérificateurs », « DPDA ».

En gras figurent les noms des personnes interrogées qui produisaient des articles ou chroniques de fact-checking au moment où nous les interrogeons. Dans les lignes grisées figurent les noms des personnes interrogées qui n'ont jamais fait elles-mêmes du fact-checking.

Tableau 2. Liste et caractéristiques biographiques des 21 journalistes interrogés dans les cinq principaux médias fact-checkeurs français (liste complète en annexe).

On constate par ailleurs que l'âge moyen auquel ils ont exercé pour la première fois une mission de fact-checking s'élève à seulement 30 ans. Nous devons préciser que nous prenons là en considération le cas très particulier de Maxime Vaudano, Corentin Dautreppe et Clément Parrot qui, alors qu'ils étaient encore étudiants à l'École supérieure de journalisme de Lille, ont fondé le site *Lui Président* afin de contrôler la réalisation des promesses de campagne du président de la République François Hollande : en 2012, ils avaient entre 20 et 25 ans et sont tous trois entrés en fonction, par la suite, le premier au *Monde*, le deuxième à l'*AFP* et le troisième à *France Télévisions*.

Au-delà de la relative jeunesse des fact-checkeurs français, nous pouvons constater, bien que nous n'ayons pas à notre disposition l'âge de l'ensemble des journalistes impliqués dans les services de fact-checking français, un écart significatif avec la moyenne d'âge du reste de la profession. En effet, selon la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP, qui délivre plus de 35 000 cartes chaque année aux journalistes français (35 238 en 2016), l'âge moyen de ces professionnels « encartés » s'établit plutôt au-delà de 44 ans : 44,3 ans en 2015, en augmentation constante depuis 2000, où il n'était que de 41,2 ans²³⁸. Nous sommes toutefois conscients qu'un certain nombre de journalistes et particulièrement de jeunes journalistes ne sont pas pris en compte par de tels calculs liés à l'obtention de la carte de presse et, donc, de revenus réguliers et significatifs en provenance des médias pour lesquels ils travaillent.

Pour dresser un portrait-robot plus précis des fact-checkeurs français, nous pouvons par ailleurs évoquer la question du genre. Là encore, nous n'avons pas la prétention de disposer, via les entretiens réalisés, d'un panel représentatif de l'ensemble des professionnels concernés. Toutefois, en étendant nos recherches à l'intégralité de l'effectif de chacun des principaux médias fact-checkeurs, nous pouvons faire quelques constats. Ainsi, sur les 23 journalistes qui, au moment des entretiens réalisés, exerçaient ou avaient déjà exercé à un moment de leur carrière une ou plusieurs fonctions de fact-checking une seulement est une femme. Et si l'on regarde plus avant le détail des effectifs des cinq principales rédactions dotées d'une cellule

²³⁸ OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DE LA PRESSE, « Âge moyen des journalistes français ». Disponible sur : <https://data.metiers-presse.org/overview.php#age/alljournalists/2014/none> (page consultée le 1er août 2017).

de fact-checking au cours de la saison médiatique 2016-2017, nous constatons qu'elles restent généralement en minorité : sur 12 journalistes des « Décodeurs », elles sont 4 ; sur 5 journalistes à « Désintox », il n'y en a qu'une ; sur 3 journalistes aujourd'hui en place au « Vrai-Faux de l'Info » d'*Europe 1*, il y en a 2 ; l'unique journaliste responsable du « Vrai du Faux » de *France Info* est un homme ; quant aux journalistes qui participent régulièrement à « L'Œil du 20 Heures » de *France 2*, 4 sur 8 sont des femmes.

Finalement, sur 29 journalistes dans ces cinq rubriques, 11 sont donc des femmes (moins de 38%). Cela alors que, toujours selon les statistiques de la CCIJP, les femmes comptent pour plus de 46% des journalistes titulaires de la carte de presse. Là encore, il faut rester prudent à la fois avec l'échantillon observé et avec les statistiques qui ne concernent que les journalistes les mieux intégrés dans la profession. Mais cette proportion est sensiblement la même que celle que nous avons pu observer en accédant à la liste de l'ensemble des journalistes qui ont participé à l'opération de fact-checking collaboratif « CrossCheck », conduite de février à mai 2017 et sur laquelle nous reviendrons dans la seconde partie de notre étude : sur 118 personnes impliquées et enregistrées sur la plateforme « Slack » de l'opération, 46 sont des femmes, soit 39% du total. Quant à l'âge des participants, il n'est pas précisé. Tout juste avons-nous pu observer qu'il s'agissait majoritairement de jeunes voire très jeunes journalistes.

Un autre enseignement concerne la formation des fact-checkeurs interrogés à l'occasion de notre étude. Comme nous le suggérons plus haut, la plupart d'entre eux – la très grande majorité – sont issus de l'une des 14 écoles dont les cursus sont reconnus par la Commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes (CPNEJ). Ce ne sont même que quelques écoles qui les ont formés, à savoir – pour ce qui est, toujours, des 23 journalistes qui, au moment des entretiens réalisés, exerçaient ou avaient déjà exercé à un moment de leur carrière une ou plusieurs fonctions de fact-checking – le Centre de formation des journalistes (CFJ, Paris, 6 personnes), l'École supérieure de journalisme (ESJ, Lille, 5 personnes), l'Institut pratique du journalisme (IPJ, Paris, 3 personnes), puis l'Institut français de presse (IFP, Paris, 1 personne), le Celsa (Paris, 1 personne), le Centre universitaire d'enseignement du journalisme de Strasbourg (Cuej, 1 personne) ou encore l'École de journalisme de Grenoble (EJDG,

1 personne). Autrement dit, les jeunes journalistes fact-checkeurs de notre panel sont pour plus des trois quarts (78%) diplômés de cursus reconnus, contre moins de 25% chez la totalité des journalistes encartés de 18 à 44 ans²³⁹. Bien entendu, il faut relativiser ce chiffre, dans la mesure où les rédactions que nous observons ici – celles qui se sont dotées de services ou cellules de fact-checking – sont exclusivement des rédactions de médias nationaux, celles là mêmes qui recrutent une proportion plus élevée de jeunes sortis des écoles. De plus, nous avons noté que le CFJ, par exemple, a formé relativement tôt ses étudiants au fact-checking. C'est ainsi qu'Alexandre Pouchard et Baptiste Bouthier y ont tous deux été initiés par Cédric Mathiot, qui les a recrutés en stage, en CDD, puis en CDI pour le second.

Enfin, un dernier enseignement, à propos des 23 journalistes exerçant ou ayant déjà exercé à un moment de leur carrière une ou plusieurs fonctions de fact-checking, concerne leur profil professionnel. En effet, une très large majorité d'entre eux, quelle que soit la nature du média pour lequel ils travaillent désormais, a fait ses armes ou bien a œuvré pour un temps sur le web, quand il n'y est pas encore directement associé. Cela confirme la proximité ou l'association qui existe quasiment naturellement entre fact-checking et ce qu'Alice Antheaume nomme « *le journalisme numérique* »²⁴⁰, la capacité d'accéder rapidement à un maximum de sources, de vérifier l'information en ligne, de délivrer les informations les plus fiables en un temps record, d'interagir avec ses lecteurs, etc.

Ce lien au web va bien sûr de soi pour les journalistes des « Décodeurs », l'entité née sur un blog avec Nabil Wakim et qui est aujourd'hui, avant tout, une chaîne du site *Lemonde.fr*. Samuel Laurent est lui-même passé par *Lefigaro.fr*, Alexandre Pouchard était journaliste web au *Monde* et Maxime Vaudano avait déjà inventé *Lui Président* à l'école de journalisme. C'est en partie la même chose à *Libération*, où très vite le site Internet du journal s'est imposé comme un complément indispensable aux articles qu'était susceptible de publier le journal : Cédric Mathiot écrit ainsi aujourd'hui majoritairement pour le web, tout comme Guillaume Launay, qui ne travaille plus pour « Désintox », certes, mais qui est aujourd'hui rédacteur en chef web ; sans parler

²³⁹ OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DE LA PRESSE, « Répartition du nombre de journalistes par tranches d'âge et par cursus en 2015 ». Disponible sur : <https://lc.cx/cnGa> (page consultée le 1er août 2017).

²⁴⁰ ANTHEAUME Alice, *Le journalisme numérique*, op.cit.

des autres journalistes de la rubrique, tous principalement associés au versant web du média. À *France Info*, Laurent Guimier, directeur au moment où nous l'avons rencontré, était lui-même responsable de l'information numérique du groupe Lagardère (où il avait mis sur pied le « Détecteur de Mensonges » sur *LeJdd.fr*), avant de créer et de présenter « Le Vrai-Faux de l'Info » sur *Europe 1*. Gérald Roux également, même s'il était journaliste radio de longue date (depuis 1987), n'a présenté la chronique « Le Vrai du Faux » qu'à la suite de son intégration au service web de la radio. Antoine Krempf lui a emboîté le pas, après être également passé par *Europe1.fr* d'ailleurs. À *Europe 1*, le cas est un peu différent pour Jean-Philippe Balasse, Kim Biegatch et Maxime Laurent, puisque tous trois se sont adaptés à un modèle créé par Laurent Guimier, donc. Quant à *France 2*, Damien Brunon est webjournaliste (*FranceTVInfo*, *Europe1.fr*) et datajournaliste (*Journalism++*, *Ask Media*) avant d'être fact-checkeur ; Nicolas Iommi et Clément Parrot (co-fondateur de *Lui Président*) sont tous les deux principalement salariés du site *FranceTVInfo*, devenu *France Info* ; seul Hugo Plagnard semble relever d'un profil différent. Même chose à *RTL* où Cyprien Cini fait de l'antenne depuis son entrée dans la station. Au *JDD*, Vivien Vergnaud est passé par un site web de presse professionnelle, puis au *Jdd.fr* avant de tester « Le Détecteur de Mensonges ». Etc. Ils sont ainsi 15 sur 23 à avoir disposé d'une véritable expérience du web avant de devenir fact-checkeur, 65% de notre échantillon donc (voir annexe 1).

En somme, s'il s'agissait de dresser le portrait-robot du journaliste auquel une rédaction confie aujourd'hui ce travail de vérification de l'information, il ressemblerait plutôt à un homme, jeune, d'environ 30 à 35 ans, diplômé d'une école (parisienne) délivrant un master de journalisme reconnu par la CPNEJ, et qui a déjà fait ses preuves, le plus souvent lors d'une première expérience, en collaborant avec le site web d'un média national.

Que le fact-checking soit ainsi porté, en France particulièrement, par de jeunes journalistes ayant fait leurs armes sur le web pourrait sembler paradoxal, à double titre. D'une part, les services dont ils sont issus sont précisément ceux auxquels il est souvent reproché de produire des contenus à la chaîne, en grand nombre, avec des

objectifs de quantité plutôt que de qualité, condamnés au rendement et également à la connivence avec l'audience, ainsi que nous l'avons exposé plus haut. Ces articles pas toujours dotés de plus-value informationnelle peuvent n'avoir d'autre finalité que de générer du trafic sur les sites web pour espérer obtenir des ressources issues de la publicité en ligne. Nous évoquons là les critiques qui ont parfois conduit à des scissions au sein des mêmes médias, entre les rédactions web et les rédactions historiques. Ces dernières ont pu refuser de se voir mêlées à ceux qui ont été appelés les « *forçats de l'info* »²⁴¹, bien que leur travail sur Internet ait été, par ailleurs, largement documenté et décrit à travers plusieurs ouvrages académiques ou professionnels, évoquant certes un journalisme « *dominé* », mais également « *laboratoire* » pour le renouvellement des pratiques journalistiques²⁴² (Estienne, 2008), voire un « *terrain journalistique à part entière* »²⁴³. Autrement dit : les productions de fact-checking, qui nécessitent un travail de vérification pointu et beaucoup de temps passé avant de publier chaque information naissent plus ou moins dans les mêmes services (ou des entités annexes aux services web) qui ont été pointés du doigt pour leur manque de rigueur et leur ambition de productivité pour alimenter des fils d'information en continu. Il s'agit donc bien d'un premier paradoxe.

D'autre part – et il s'agit d'un second paradoxe – le champ de compétence dans lequel s'exerce cette vérification n'est pas, a priori, celui dans lequel évolue les jeunes journalistes des rédactions web. Nous l'avons dit, la spécialisation fonctionnelle du fact-checking s'est doublée, au fil du temps, d'une spécialisation thématique orientée vers la politique. Or ce domaine est celui qui est généralement confié aux journalistes les plus chevronnés dans les rédactions, toujours liés, eux, au journal, à la station de radio ou de télévision historique et quasiment jamais à leur équipe web. Tout se passe donc comme si les fact-checkeurs court-circuitaient, en quelque sorte, la hiérarchie des médias en question pour s'autoriser des incursions dans un domaine jusqu'alors réservé. Ils semblent s'opposer, ce faisant, à des logiques professionnelles établies, ce qui leur vaut souvent, d'ailleurs, de nombreuses

²⁴¹ TERNISIEN Xavier, « Les forçats de l'info », *op. cit.*

²⁴² ESTIENNE Yannick, *Le journalisme après Internet*, Paris, L'Harmattan, 2008, 320 p.

²⁴³ ANTHEAUME Alice, *Le journalisme numérique*, *op. cit.*, p. 12

critiques et inimitiés, non seulement de la part du personnel politique, mais également de leurs propres confrères et collègues (nous y reviendrons dans la seconde partie de notre travail).

Ces jeunes journalistes peuvent donner l'impression, grâce à leur maîtrise des nouveaux outils, en pointe sur les questions de vérification et tout particulièrement de fact-checking, de brûler les étapes, en quelque sorte, avant de proposer, en outre, une nouvelle approche méthodologique de la matière journalistique qu'ils s'approprient. En creux, en soulignant les informations inexacts, ils semblent faire chaque jour la démonstration des dysfonctionnements et manquements répandus dans les autres rédactions et parfois aussi dans les autres rubriques et spécialités de leur propre média. D'où de nombreuses critiques à leur égard et quelques difficultés sur le chemin de la reconnaissance professionnelle par leurs pairs notamment.

À ce stade de notre étude, nous avons pu comprendre dans quel contexte est apparu le fact-checking politique, d'abord aux États-Unis, puis en France. Ce contexte nous a semblé fortement marqué à la fois par l'injonction à la vérification et à l'adoption d'une démarche « véritale », que Jean-Luc Martin-Lagardette définit comme se donnant une obligation de moyens et non de résultat pour s'approcher de la vérité – ou disons de la véracité – à défaut d'une prétention à la vérité de la part des professionnels. Il est contraint, non seulement tel qu'il l'a été de tout temps, par ses contingences économiques et les aléas de la course à l'information, mais aussi par les profondes mutations que connaît le secteur depuis l'avènement d'Internet. Une fragilisation conjoncturelle et éditoriale des rédactions s'est en quelque sorte surajoutée aux difficultés structurelles du secteur de la presse, bien que, dans le même temps, celui-ci ait accédé à de nouveaux outils plus performants d'accès et de diffusion des informations.

Il est également apparu très clairement que c'est avec un certain opportunisme que le fact-checking politique a pu être promu en tant qu'innovation éditoriale au sein des rédactions. Cela d'abord aux États-Unis, où il s'inscrit bon gré mal gré dans une histoire particulière, mais s'en affranchit aussi pour trouver une nouvelle fonctionnalité. Puis ailleurs, et en France notamment, où on en saisit l'intérêt pour proposer de nouveaux formats d'articles, voire revisiter le terrain politique, tout en redorant, peut-être, le blason d'une presse largement critiquée pour son incapacité à délivrer une information fiable et vérifiée. Le tout à la faveur d'une relative liberté éditoriale laissée aux services web qui, les premiers, se sont emparés de cet exercice. Reste à comprendre en quoi une telle pratique de vérification factuelle de l'information au sein de la parole publique – essentiellement politique – consiste réellement. Autrement dit analyser ce qui semble en faire pour les uns un véritable genre journalistique, quand d'autres n'y voient qu'une mise en scène, une pratique de vérification ostentatoire. Son but relèverait-il davantage du gadget marketing que d'une pratique éditoriale originale ?

Nous verrons comment ce fact-checking politique peut s'avérer, pour les médias, un outil à double tranchant. Un outil capable de les parer de vertus journalistiques telles que le sérieux et le souci de la vérification, mais aussi un outil susceptible de les décrédibiliser, dans la mesure où il s'avère particulièrement criticable dans sa mise en œuvre. Ce sera l'occasion d'explicitier l'enjeu que représente aujourd'hui la vérification de l'information dans des médias concurrencés de toute part et qui peinent à faire reconnaître leur spécificité dans le traitement et la diffusion de l'information. Nous serons ainsi conduits à questionner le lien qu'établit le fact-checking avec les règles de base du métier de journaliste et, partant, du professionnalisme des rédactions. Et nous verrons comment un fact-checking réinventé et mieux adapté aux contraintes de la rapidité de l'information pourrait devenir, pour l'ensemble des médias, un précieux allié pour reconquérir leur place de médiation entre l'information et le grand public.

Partie 2 - Le fact-checking, entre genre journalistique et vérification ostentatoire

La multiplication des expériences de fact-checking au sein des rédactions des médias français n'a rien de naturel ni de justifié sur le plan de l'histoire du journalisme en France. Ces rédactions se sont approprié un exercice réalisé aux États-Unis, l'ont en quelque sorte importé, tel un nouveau format susceptible d'étoffer leur offre éditoriale.

Aussi est-il légitime de questionner ce que cette situation dit ou révèle des pratiques journalistiques à l'œuvre dans ce processus. Ce qu'elle dit aussi des intentions des rédactions, que l'on sait par ailleurs critiquées à plus d'un titre par le grand public (qui peine à leur maintenir sa confiance), et qui sont donc tentées d'organiser une réponse propre à regagner de la crédibilité.

Notre analyse doit aussi, inévitablement, à ce stade, questionner le format des productions de fact-checking, qui pourrait, par certains aspects, s'apparenter à un genre journalistique particulier. Car s'il s'agissait clairement d'un genre journalistique, alors c'est sa propre légitimité qui pourrait être mise en doute : la vérification, en matière de journalisme, ne semble pas devoir être réduite à un exercice en particulier, mais bien plutôt à l'ensemble des productions. De plus, il faut aussi, face à cette pratique émergente, prendre en compte les très nombreuses critiques qui ont pu être émises à son encontre ; puis il faut les étudier au regard des contenus et des méthodes de travail des fact-checkeurs eux-mêmes, afin de déterminer si elles peuvent avoir lieu d'être.

Il s'avère alors possible, ensuite, d'éclaircir dans quelle mesure le fact-checking appartient ou non à une stratégie de vérification strictement ostentatoire ou bien s'il s'agit d'un outil qui, certes, est né d'une forme d'opportunisme, mais qui a vocation à rendre les rédactions à nouveau plus vigilantes quant à la qualité des informations traitées et diffusées. Car s'il n'est pas clairement établi que les principes du fact-checking moderne ont un quelconque effet sur les agissements des personnalités politiques, pas plus que sur ceux des électeurs, il semble, en revanche, qu'ils réveillent, au sein des professionnels de l'information, des principes fondamentaux de leur profession : le journalisme.

**Un outil qui
a vocation
à rendre
les rédactions
à nouveau plus
vigilantes
quant à la qualité
des informations
traitées et
diffusées.**

CHAPITRE 5. UNE OPPORTUNITÉ POUR REGAGNER LA CONFIANCE DU PUBLIC

5.1. Les médias suscitent la défiance

5.1.1. Les chiffres peu reluisants des sondages Kantar Sofres / La Croix

Le travail des professionnels de la presse écrite imprimée ou en ligne, de la radio, de la télévision, en France comme ailleurs, est régulièrement en prise avec de nombreuses critiques. Et ces critiques peuvent bien évidemment être liées au travail des journalistes et à leur conception de ce qu'est la transmission d'une information vérifiée, fact-checkée. Elles émanent tantôt des professionnels eux-mêmes, à travers la publication d'ouvrages réflexifs et critiques sur leur propre métier ou sur la manière dont a pu être médiatisé tel ou tel fait d'actualité. Elles sont aussi émises par des chercheurs universitaires, qui ont fait des sciences de l'information et de la communication en général et du journalisme en particulier leur spécialité. Dans les deux cas, les exemples sont assez nombreux et constituent une bibliographie conséquente que l'on trouvera, pour partie, à la fin de ce travail.

Il faut également citer les émissions, chroniques, sites Internet et autres espaces médiatiques dédiés à la critique du travail journalistique. Dans ce cas, il s'agit pour chaque média concerné de se consacrer entièrement à cet exercice – comme c'est le cas de l'émission de Daniel Schneidermann « Arrêt sur Images », créée en 1995 sur *France 5* puis diffusée sur Internet à compter de 2007 – ou bien de conserver une fenêtre, un créneau, qui permet d'exprimer un regard introspectif sur les productions journalistiques « maison » ou extérieures. Cela peut être à travers les propos d'un médiateur, chargé de faire le lien entre les questions, remarques ou critiques du grand public et la rédaction du média concerné ; cela peut également exister à travers une chronique sur ce qui se passe ailleurs, dans la sphère médiatique en général.

Les critiques exprimées ou relatées à ces diverses occasions restent toutefois l'apanage de professionnels (journalistes eux-mêmes) et de spécialistes

(universitaires, chercheurs), qui, forcément, peinent à traduire, parfois, ce que peut être le ressenti ou l'interprétation de tel ou tel fait médiatique par le grand public. Aussi tous, à de très rares exceptions, n'hésitent-ils pas à se faire l'écho de l'étude intitulée « La confiance des Français dans les media ». Élaboré chaque année par l'institut Kantar-Sofres (auparavant TNS Sofres), pour le journal quotidien *La Croix*, ce baromètre annuel évalue la crédibilité que les Français accordent aux médias et au traitement médiatique des événements de l'année écoulée²⁴⁴. Créé en 1987, il est même devenu, en trente ans, une véritable référence. Sa méthodologie est typique des sondages d'opinion : un millier de personnes environ, des Français de 18 ans et plus, des entretiens en face à face, une représentativité assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille), etc.

Or, année après année, cette étude conclut à une réelle défiance des Français vis-à-vis des médias. En janvier 2017, ils ne sont ainsi que 64% à suivre les nouvelles, à porter un grand ou assez grand intérêt au travail des médias. Ce chiffre, qui a parfois atteint 77% est ainsi revenu à son niveau le plus bas depuis 1987, ce qui peut surprendre à l'occasion d'une année d'élection présidentielle. Un autre enseignement de cette étude concerne plus directement la confiance : 52% des Français disent que les choses se sont passées comme la radio les raconte, contre 44% pour le journal, 41% pour la télévision et 26% pour Internet.

Mais ces taux cumulent les réponses de ceux qui pensent que « *les choses se sont passées exactement comme le média concerné les raconte* » et qu'elles se sont passées « *à peu près comme le média concerné les raconte* ». Si bien, qu'en réalité, la proportion de Français qui accordent une solide confiance dans le travail des médias et évoquent l'exactitude de leur relation des faits est beaucoup plus faible encore : 6% pour la radio, 4% pour le journal, 4% pour la télévision et 3% pour Internet. Pour la plupart des autres répondants (entre 36 et 46% selon le média concerné), « *il y a sans doute pas mal de différences entre la façon dont les choses se sont passées et la façon dont (la radio, le journal, la télévision, Internet) les raconte* ».

²⁴⁴ MARCÉ Carine, « Baromètre 2017 de la confiance des Français dans les média », *Kantar Public*, 2 février 2017.

Disponible sur : <http://fr.kantar.com/m%C3%A9dias/digital/2017/barometre-2017-de-la-confiance-des-francais-dans-les-media/> (page consultée le 2 mai 2017).

Toutes les données chiffrées, ainsi que les formulations de réponses (en italique et entre guillemets), utilisées dans les textes des paragraphes suivants, sont tirées de cette étude.

Si, pour la radio et le journal, ces chiffres connaissent des fluctuations régulières depuis 1987, il en va autrement de la télévision et d'Internet. Avec 41% de confiance (relative) seulement, la télévision atteint son plus bas niveau depuis la création de l'étude, alors qu'elle continue d'être citée (même si ce chiffre est en baisse de 6 points) comme moyen d'information principal pour l'actualité nationale et internationale par 48% des Français, en première position. Plus précisément, ce sont les journaux télévisés des chaînes généralistes qui restent la source d'informations privilégiée « *pour approfondir certains sujets de l'actualité nationale ou internationale* », devant les chaînes d'information en continu (respectivement 36% et 16% en font leur premier choix). Autrement dit, la télévision, média de loin le plus suivi et le plus utilisé par les Français – la radio n'est utilisée en premier choix que par 10% des répondants, les sites et applications de la presse écrite 12%, la presse quotidienne nationale 7%, les réseaux sociaux 4%, la presse magazine 2%, etc. – est aussi celui qui suscite leur plus grande défiance.

Quant à Internet, dont l'indice de confiance est mesuré depuis 2005, près des deux tiers de ses utilisateurs (63% des internautes) estiment qu'« *il y a pas mal de différences ou les choses ne se sont pas passées comme Internet les montre* » : cette proportion, estimée à seulement 33% à l'origine de l'étude, connaît la hausse la plus régulière et la plus significative, tous médias confondus. Les Français utilisateurs réguliers d'Internet interrogés, qui ne sont pas tous en mesure d'apporter une réponse à cette question (seuls 82% savent le faire), indiquent pourtant que « *leur principale source d'informations* » en ligne est les sites Internet ou applications mobiles des titres de la presse écrite (35%), les réseaux sociaux (24%) et les sites Internet ou applications mobiles des chaînes de télévision ou des stations de radio (10%). C'est-à-dire que même lorsque l'usage d'Internet pour s'informer est en grande partie orienté vers les sites de médias traditionnels (presse écrite, radio, TV), il ne permet pas d'accéder, selon les internautes sondés, à une information fiable.

Nous mettons ici à part les réseaux sociaux, auxquels près de trois quarts des Français déclarent par ailleurs ne pas accorder « *du tout* » ou « *plutôt pas* » leur confiance. Ils sont tout de même plus de la moitié à les utiliser (56%) et affirment à une très large majorité (83%) y avoir « *déjà repéré des fausses nouvelles ou rumeurs* ».

Enfin, un dernier enseignement de l'étude publiée par le journal *La Croix*, propre à l'édition 2017, concerne ce que les Français attendent « *des médias dans le traitement de l'élection présidentielle française qui (a eu) lieu les 23 avril et 7 mai 2017* ». Non seulement ils sont une minorité à en attendre une aide à faire leur choix (10%) ou encore la capacité à s'engager politiquement (10% également), mais, surtout, ils réclament à une large majorité (74%) « *qu'ils fournissent une information vérifiée* ». Cette demande, qui pourrait sembler aller de soi, à l'égard des professionnels de l'information est peut-être à placer en relation avec un autre enseignement de l'étude, sur l'indépendance des journalistes : les deux tiers environ (67%) des personnes interrogées assurent en effet que les journalistes ne sont pas indépendants face aux pressions des partis politiques et du pouvoir ; 58% pensent la même chose des journalistes face aux pressions de l'argent.

« *On voit combien le rôle de vérification de l'information qui incombe aux médias prend une nouvelle acuité* », concluait, en février 2017, la rédaction de *La Croix*²⁴⁵, au vu des résultats de cette enquête, publiés dans ses colonnes. Tandis que la journaliste « médias » du quotidien, Aude Carasco, s'interrogeait : « *La France va-t-elle être gagnée, comme cela a été théorisé aux États-Unis, par une ère de l'information post-vérité, où les réalités factuelles ont moins d'influence sur l'opinion publique que des croyances ou rumeurs véhiculées sur les réseaux sociaux ?* »²⁴⁶ Il est en effet notable que cette enquête est intervenue plusieurs mois après deux événements politiques majeurs à l'international : l'élection à la présidence des États-Unis de Donald Trump, en novembre 2016, et, avant cela, en juin 2016, le vote des Britanniques en faveur du « Brexit », la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne. Or ces deux événements se sont produits consécutivement à la diffusion de très nombreuses contre-vérités dans l'espace public, que les médias traditionnels ont dénoncées, sans jamais parvenir à en convaincre la population. Compte-tenu de la défiance que traduisent les chiffres de l'étude Kantar Sofres pour *La Croix*, il semble

²⁴⁵ LA CROIX, « Baromètre des médias, l'intérêt des Français pour l'actualité au plus bas depuis 2012 », *La Croix*, 2 février 2017. Disponible sur : <http://www.la-croix.com/Economie/Medias/Barometre-medias-linteret-Francais-pour-lactualite-plus-depuis-2002-2017-02-02-1200821913> (page consultée le 2 mai 2017).

²⁴⁶ CARASCO Aude, « Baromètre des médias, les Français veulent une information vérifiée », *La Croix*, 2 février 2017. Disponible sur : <http://www.la-croix.com/Economie/Medias/Barometre-medias-Francais-veulent-information-verifiee-2017-02-02-1200821914> (page consultée le 2 mai 2017).
Nous revenons sur ces éléments d'actualité dans la partie 5.2.2.

bien difficile, en effet, pour les médias, de parvenir à convaincre le plus grand nombre, quelle que soit la solidité de son travail d'investigation.

S'il ne s'agit pas de faire de cette étude annuelle l'alpha et l'oméga de la mesure en termes de défiance et de confiance de la population dans la presse écrite, la radio, la télévision, Internet et les réseaux sociaux, il faut bien admettre que rares sont les autres outils capables de fournir une telle photographie de la situation. Nous avons également retenu l'enquête conduite en janvier 2013 par l'enseignant-chercheur Yves Koekkoek, spécialiste de l'expérience utilisateur, intitulée « Journalistes en question(s), la perception des journalistes par les publics Internet »²⁴⁷. Or ses enseignements (données brutes), bien que fondés sur un échantillon plus restreint de 881 répondants internautes (biais des réponses en faveur d'Internet) et sur la méthodologie moins rigoureuse (échantillon non-représentatif, pas de méthode de quotas) d'un simple questionnaire en ligne, sont assez proches de ceux mis au jour par Kantar-Sofres.

À propos de la perception des journalistes, on y lit qu'ils sont considérés utiles à la société, sans aucun doute, par 65 et 71% des répondants (selon que l'on évoque les journalistes locaux et nationaux), auxquels s'ajoutent respectivement 23 et 20% de « peut-être ». En revanche ces « peut-être » sont majoritaires (42% et 40%) quand est évoqué le professionnalisme des journalistes ; seuls 33% des répondants accordent cette qualité avec certitude aux journalistes régionaux et 35% aux journalistes nationaux. Puis cette même tendance s'accroît encore pour évoquer le respect de la déontologie : 46% et 43% de « peut-être », face à 18% et 15% de « oui ». Vient alors la question de la vérité, réelle dite par les journalistes pour 23% et 19% des répondants (53% et 55% de « peut-être ») et totalement dite pour seulement 4% et 3% des répondants (25% et 17% de « peut-être ») : pour près des deux tiers des internautes, les journalistes régionaux ne disent pas toute la vérité ; ils sont même les trois quarts (74%) à penser la même chose des journalistes nationaux.

²⁴⁷ KOEKKOEK Yves, « JeQ13 : Résultats bruts », *Yves-K.net*, 24 février 2013. Disponible sur : <http://yves-k.net/recherches/26-journalistes-en-question-s/56-jeq13-resultats-bruts.html#.WQcxQvnyiUk> (page consultée le 2 mai 2017). Toutes les données chiffrées, ainsi que les formulations de réponses (en italique et entre guillemets), utilisées dans les textes des paragraphes suivants, sont tirées de cette étude.

Quant aux éléments susceptibles d'éclairer de tels jugements à l'égard des professionnels de l'information, ils résident entre autres dans la suspicion de compromission avec les milieux politiques (41% de « oui » et 42% de « peut-être » pour les régionaux, 47% de « oui » et 41% de « peut-être » pour les nationaux), avec les milieux économiques (dans des proportions comparables) et, surtout, avec les publicitaires. Pour ce dernier point, 59% et 63% sont sûrs que les journalistes sont tributaires des publicitaires, quand 25% à 26% ont des doutes à ce sujet. Dans ce contexte, nous percevons nettement que la crédibilité des professionnels de l'information est entachée de forts doutes quant à leur indépendance et quant à leur capacité et/ou volonté de dire la vérité.

Ce constat est également fait à l'échelle internationale par le Reuters Institute for the Study of Journalism, dans son *Digital News Report 2016* (questionnaire en ligne, plus de 2 000 répondants). En effet, cette enquête annuelle, qui s'intéresse aussi au cas spécifique de certains pays – dont la France – interroge elle aussi tout particulièrement la question de la confiance dans les médias. Elle indique notamment :

« Globalement, nous avons relevé de fortes disparités dans la manière dont la confiance est accordée aux informations dans les 26 pays étudiés. En règle générale, les pays d'Europe occidentale et les pays scandinaves, dotés à la fois de radiodiffuseurs de service public forts et bien financés et à la fois d'acteurs commerciaux obtiennent de bons scores. La confiance est plus basse aux États-Unis (33%), ainsi que dans les pays du sud de l'Europe. En Grèce, seule une personne sur cinq (20%) dit qu'elle fait confiance aux nouvelles, soit le chiffre le plus bas pour 2016. »²⁴⁸

La Finlande pointe en effet en première position du panel proposé par le Reuters Institute, avec 65% de répondants qui sont d'accord avec le fait de dire qu'il peuvent faire confiance à la plupart des nouvelles la plupart du temps. Le Canada obtient

²⁴⁸ « Overall we find a high level of variation in the extent to which news is trusted across our 26 countries. Typically, affluent Western European and Scandinavian countries with a mix of strong, well-funded public service broadcasters and commercial players scored highly. Trust is lower in the United States (33%) as well as in Southern European countries. In Greece, just one in five (20%) said that they trust the news, the lowest figure in 2016. »
NEWMAN Nic (dir.), *Reuters Institute Digital News Report 2016*, Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016, p. 24. Disponible sur : <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Digital%2520News%2520Report%25202016.pdf> (page consultée le 24 septembre 2017).

55%, l'Allemagne 52%, le Royaume-Uni 50%, l'Espagne 47%, l'Australie comme le Japon 43%, l'Italie 42%, les États-Unis 33% pour ne citer qu'eux. Quant à la France, elle pointe à la 23^e place sur 26, avec 32% seulement de personnes qui accordent leur confiance aux nouvelles. L'étude détaille même ainsi les résultats hexagonaux :

« La confiance globale est parmi les plus faibles en Europe, avec seulement un quart des interrogés qui pensent que les médias sont libres de toute influence politique (25%) ou commerciale (22%). La confiance a été affectée par le sentiment que les magnats des médias, connus pour leurs accointances avec les politiciens de haut rang, ont interféré directement dans les questions éditoriales. »²⁴⁹

C'est donc une très large majorité de Français qui se montre là encore convaincue que la plupart des médias ne sont pas indépendants et ne sont donc pas fiables. De plus, quand 32% d'entre eux disent faire confiance aux nouvelles, ils ne sont que 29% à le dire des journalistes et que 28% à le dire à propos des médias qui les emploient.

En somme, il ne fait guère de doute que les entreprises médiatiques, tout comme ceux qui en sont les principaux acteurs – à commencer par les journalistes – suscitent plus que jamais la défiance de la part de la population. Cette situation est assez générale et concerne de très nombreux pays du monde dans lesquels l'indice de confiance n'excède pas 50%. Et il s'avère que parmi les pays fortement enclins à cette défiance, la France figure en « bonne » place.

Bien entendu, il reste possible de critiquer la méthodologie des études et des techniques de sondage qui ont permis de collecter de telles données alarmistes. Mais ne serait-il pas tout aussi risqué de laisser penser que tout se passe pour le mieux entre les citoyens et leurs médias d'information ? Surtout que bien d'autres indicateurs, que nous étudierons par la suite, semblent eux aussi indiquer le contraire.

Toutefois, là où les chiffres recueillis incitent à rester prudent, c'est sur le caractère nouveau du peu de crédit accordé par la population générale aux médias, comme le relève le sociologue Jean-Marie Charon :

²⁴⁹ « Overall trust is amongst the lowest in Europe with only around a quarter agreeing that the news is free from political (25%) or commercial (22%) influence. Trust has been affected by a perception that media tycoons known for their links with high profile politicians have interfered directly with editorial matters. »

« *Il ne faut pas idéaliser la relation des Français à leurs médias. Dans le langage populaire, on appelait le journal « le menteur ». Et régulièrement au cours du vingtième siècle, la question de la fiabilité de l'information a été posée.* »²⁵⁰

À noter, dans cette anecdote du « menteur », la référence métonymique à une publication satirique et parodique intitulée « Le menteur, le Journal par excellence », ancêtre du français *Le Gorafi* ou de l'américain *The Onion*, dont une cinquantaine d'exemplaires sont parus entre 1796 et 1797²⁵¹.

Rien de nouveau donc, dans la méfiance et parfois la défiance que le grand public est tenté d'opposer aux journalistes. Si ce n'est qu'elle est plus que jamais en mesure de s'exprimer, puisque le niveau de compétence de ce public n'a cessé d'augmenter, tout comme la diversité des moyens dont il dispose pour accéder par lui-même à certaines informations, voire tenter de les recouper.

Bertrand Verfaillie a ainsi listé dans son ouvrage, *Les Français, les médias et les journalistes : la confiance saigne*, les reproches auxquels doivent faire face les professionnels de l'information, les « coups de boutoir » qui fragilisent la crédibilité des nouvelles : conformisme, habitudes et facilité qui conduisent à ignorer certains sujets et à en surmédiatiser d'autres, manichéisme des comptes rendus, déséquilibre des points de vue présentés, mauvaise hiérarchie de l'information, invasion du divertissement, manque de suivi des actualités traitées dans le temps, etc. Et pour poser les bases de sa réflexion, le journaliste part d'une remarque qui pourrait sembler anecdotique, si elle ne se révélait pas très vite symptomatique : l'absence, depuis plusieurs années, dans son quotidien régional, du traditionnel poisson d'avril. Et d'expliquer que ce n'est pas forcément le résultat d'une simple volonté de « faire sérieux » :

« *La coutume pourrait s'être éteinte parce que son caractère de blague a pris du plomb dans la nageoire. Pour qu'un poisson d'avril marche et soit*

²⁵⁰ CHARON Jean-Marie, *Les journalistes et leur public : le grand malentendu*, Paris, Vuibert, 2007, p.

²⁵¹ « Le menteur, le Journal par excellence », notice de périodique n°FRBNF32814189, catalogue général BNF. Disponible sur : <http://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb328141892> (page consultée le 3 mai 2017).
Le descriptif complet de ce projet par ses auteurs est également consultable en ligne : SOCIÉTÉ DE GENS DE LETTRES, *La décade philosophique, littéraire et politique*, Paris, 30 décembre 1796, n°10, p. 42. Disponible sur : <http://bit.ly/2fIS4Fr> (page consultée le 2 mai 2017).

cru, il faut que le lecteur n'ait aucun doute sur la rigueur et l'éthique du média diffuseur. (...) Pour que le farcé en rie après coup avec le farceur, il faut qu'un climat particulier les unisse, qu'une sorte de pacte les lie, consciemment ou inconsciemment : bref qu'un contrat de confiance soit en vigueur entre eux. (...) Cette confiance des publics – et sa valeur miroir, la crédibilité de l'information – sont émoussées. »²⁵²

Or, à l'évidence, une telle crise de confiance n'a pas seulement des implications sur la crédibilité des productions journalistiques et sur l'image des journalistes eux-mêmes, mais finalement, aussi sur la bonne santé financière et même, incidemment, l'indépendance économique des entreprises médiatiques. Et vice-versa.

5.1.2. Les chiffres peu enviables des audiences et recettes des entreprises de presse

De multiples causes, déjà en grande partie évoquées plus haut (*cf. supra* 2.2), ont aujourd'hui des effets négatifs sur l'économie des entreprises de presse et donc sur leur organisation et leurs modes de production de l'information. Nous parlons ici des causes des crises structurelle et conjoncturelle qui accablent ce secteur : la dépendance face à des recettes publicitaires en forte baisse d'une part et des aides de l'État d'autre part, la diffusion d'informations à travers des journaux puis des sites Internet en accès libre et gratuit, la multiplication des moyens d'accès à l'information et, donc, le morcellement du marché, la captation des ressources publicitaires par les « infomédiaires », etc. Le tout a même été accentué par les crises plus globales qui ont secoué à plusieurs reprises l'économie de la France et de la plupart des autres démocraties mondiales, comme à partir de 2008.

S'y ajoutent, donc, les conséquences de la défiance que nous venons de mettre en évidence. Le grand public va d'autant plus facilement accorder son attention à des acteurs non traditionnels de la presse qu'il aura la possibilité – ou l'impression tout du moins – de bénéficier d'un service plus ou moins équivalent, offert gratuitement,

²⁵² VERFAILLIE Bertrand, *Les Français, les médias et les journalistes : la confiance saigne*, Paris, Alliance internationale de journalistes, 2013, p. 3

sur Internet notamment. C'est ainsi que de nouveaux acteurs en ligne, de type « fournisseurs de contenus », vont s'imposer sans peine sur un marché à mi-chemin entre l'information et le divertissement – « infotainment » – en s'affranchissant par ailleurs de nombreuses contraintes inhérentes au secteur traditionnel de la presse : modes d'organisation (limitation des coûts fixes et des investissements), conditions d'emploi (statut, convention collective...), capacités d'investissement (pas de modèle industriel). Sans ouvriers du livre ni journalistes, mais avec de simples rédacteurs dans une organisation agile, des sociétés vont sans peine conquérir de très larges parts d'audience et ainsi valoriser au mieux leurs contenus publicitaires en générant un maximum de clics sur leurs pages web.

Cette fuite du lectorat et de l'audience vers de nouveaux acteurs qui donnent le change et qui, du même coup, s'emparent des revenus publicitaires en ligne, a de quoi faire réfléchir les médias plus traditionnels. Tout comme les tentatives de création de *pure-players* d'information, certes pas souvent couronnées de succès sur le plan économique (à l'exception notoire de *Médiapart* et de sa stratégie fondée sur un modèle payant²⁵³), mais par contre très souvent établies, elles, sur un retour aux fondamentaux du journalisme : vérification de l'information, temps long, enquête de terrain et finalement crédibilité des contenus (*Les Jours, Le Quatre Heures, Ijsberg, 8^e étage, Rue 89, Slate, Arrêt sur Images, etc.*).

Dans les faits, le problème semble résider dans la difficulté d'adaptation des médias traditionnels aux enjeux du monde médiatique contemporain. Prisonniers de leur « vieux » modèle économique (qui maintient des coûts de production supérieurs aux prix de vente envisageables) et victimes d'une forme de « péché originel » sur Internet – tous ont misé sur la complémentarité de contenus payants dans leur support d'origine et de contenus gratuits dans leur version en ligne – ces acteurs historiques mettent du temps à muter vers des formats viables en ligne notamment.

Avec moins de recettes et des coûts qui restent importants, ils ont également tendance à adopter, pour survivre, des recettes propres au monde de l'entreprise, tout particulièrement en termes de gestion des ressources humaines. Cela n'est pas sans rapport avec le rachat de très nombreux médias par des groupes capitalistiques dont le

²⁵³ La rédaction de *Médiapart* comptait début 2017 45 journalistes en CDI, grâce à 6 embauches en 2016. Elle n'en comptait « que » 24 en 2008.

cœur de métier n'a rien à voir avec la presse, qu'il s'agisse de banques, d'investisseurs privés, d'industriels de la défense, du luxe ou d'autres secteurs. Dans les médias, régulièrement, on a ainsi tendance, à la faveur des clauses de cession ouvertes au moment des rachats, à tailler dans la masse salariale des journalistes.

Quelques chiffres sont, à ce sujet, éclairants, à commencer par le nombre de journalistes titulaires de la carte de presse, qui en est désormais à sa septième année de baisse consécutive, alors qu'*a priori*, les besoins pour produire des contenus, eux, ne faiblissent pas : de 37 390 en 2009 (après 75 ans de hausse consécutifs), il est passé à 35 238 en 2016. Le chiffre d'affaires de l'ensemble de la presse payante est, de son côté, passé de plus de 10 milliards d'euros en 2000 à 7,2 milliards d'euros en 2015 ; quant à la diffusion totale annuelle des titres de la presse payante, elle a chuté de 5,2 milliards d'exemplaires en 2000 à 3,5 milliards en 2014. Certaines familles de presse, comme la presse quotidienne nationale, ont ainsi connu jusqu'à -25% de baisse de chiffre d'affaires et de diffusion entre 2006 et 2014²⁵⁴.

Progressivement, les médias sont donc entrés dans un cercle vicieux et peinent à s'en extraire. La perte de certaines recettes, notamment publicitaires et la concurrence de nouveaux diffuseurs d'information gratuite, en ligne notamment, les fragilisent grandement. Ils sont alors en difficulté et, quand ils ne disparaissent pas, ils cherchent à faire des économies qui pénalisent la qualité de leurs contenus ou à obtenir le soutien (parfois très provisoire) de grands groupes qui nuit à l'indépendance de leur ligne éditoriale. Ils peuvent aussi être repris par d'autres groupes de presse, dans le cadre de grands mouvements de concentration, mais ils subissent alors la menace de la mutualisation des contenus (comme certaines rubriques des quotidiens régionaux), ce qui ne renforce pas vraiment leur image. Dans tous les cas, ils perdent finalement la possibilité de conserver la confiance de leurs lecteurs et, partant, de nouvelles recettes issues des abonnements.

Avec moins de bras et davantage de canaux de diffusion de l'information à combler, il devient difficile de produire des contenus de qualité, fiables et vérifiés. Avec plus de capitaux issus de grands groupes capitalistiques, il devient également plus

²⁵⁴ Les séries chiffrées citées ici sont issues des séries 1985-2015 du ministère de la Culture et de la Communication. Disponible sur : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Presse/Chiffres-statistiques> (page consultée le 2 mai 2017)

compliqué pour les rédactions qui restent en poste de garantir à leurs lecteurs une réelle indépendance de l'information. Quant aux nouvelles modalités d'accès à des ressources publicitaires confortables (actions de communication, partenariats, *native advertising*, etc.), elles ne vont pas non plus dans le sens d'une plus forte crédibilité des articles publiés. Au final, tout cela maintient les médias déjà fragilisés dans un climat de défiance de la part du grand public et ne leur laisse guère d'espoir de regagner la confiance du public et d'espérer, un jour, valoriser auprès d'eux leurs contenus.

C'est d'ailleurs ce que pointait L'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI, cf. *infra* son fonctionnement) dans le chapitre « Poids de l'économie sur les rédactions » de son rapport annuel 2017 :

« La prise en main d'entreprises et de groupes par des industriels et des financiers entraîne des redéfinitions de lignes éditoriales et parfois des conflits entre rédactions et actionnaires. Si plusieurs titres ont été sauvés du dépôt de bilan par ces nouveaux actionnaires, qui ne sont pas tous interventionnistes, d'autres ont été conquis afin de transformer le média. (...) Pour combler le manque à gagner sur le marché des annonces et les recettes provenant des ventes, les entreprises modifient leur modèle économique. Les considérations d'ordre commercial mettent en péril l'indépendance du journalisme et si les rédactions manquent de ressources pour mener leurs propres recherches, elles peuvent être tentées de recourir à des comptes rendus de tiers, notamment des agences de relations publiques. Le risque s'accroît que des contenus provenant de sources peu fiables s'immiscent dans les articles et que la communication l'emporte sur l'information. »²⁵⁵

Certes, il n'est pas acquis que toute publication qui refonde une initiative éditoriale sur des fondamentaux solides du journalisme puisse garantir son avenir ; mais il est quasiment certain, *a contrario*, qu'une publication qui souhaite valoriser ses contenus

²⁵⁵ OBSERVATOIRE DE LA DÉONTOLOGIE DE L'INFORMATION, *Rapport annuel 2017 : l'information au cœur de la démocratie*, Paris, mars 2017, p. 10. Disponible sur : <http://www.odi.media/wp-content/uploads/2014/09/Linformation-au-coeur-de-la-de%CC%81mocratie.pdf> (page consultée le 24 septembre 2017).

auprès de ses lecteurs (vente d'articles, abonnements) et disposer ainsi d'une relative indépendance financière puis éditoriale ne pourra le faire tant qu'elle ne renouera pas avec les préceptes journalistiques. Car la plus-value de l'information journalistique réside justement dans l'enquête et les reportages de terrain, l'approfondissement des sujets, les contenus et des angles originaux, la publication de nouvelles vérifiées, etc. D'ailleurs, Jean-Marie Charon, dans le rapport qu'il a rédigé en 2015 sur le thème de la presse et du numérique, en venait lui aussi à questionner la place du journaliste dans ce contexte de mutation où « *se télescopent un puissant élan de création et de renouvellement des contenus et des activités, avec la destruction des modèles économiques, qui prévalaient jusqu'ici dans la presse* »²⁵⁶. Sa réflexion l'amenait à écrire ceci, à propos de la place que pourrait occuper à l'avenir le journaliste dans l'écosystème de l'information en ligne :

*« Il est significatif à cet égard que monte dans l'espace public une notion de déontologie de l'information, qui serait plus large que la notion plus traditionnelle de déontologie des journalistes. La question même de qualité de l'information ne saurait plus être pensée comme l'affaire des seuls journalistes. Elle est devenue un thème de débat public, avec l'apport de la notion d'éducation aux médias, qui diffuserait cette compétence dans tout le corps social. Dès lors la notion de journalisme, qui distinguerait le journaliste de son public, serait moins affaire de technicité ou d'expertise, mais résiderait principalement dans le rôle qu'il tient dans la société. Ce rôle serait celui d'une médiation à rétablir, retisser, sans cesse, entre la réalité et les publics. »*²⁵⁷

Bien que repensé à l'aune d'un nouvel écosystème médiatique en construction, le rôle du journaliste, pour que les médias espèrent renouer avec leur audience et des recettes, passe donc par le fait de tenir un rôle social précis et particulier, articulé autour de ses capacités de médiation et donc, d'explication et de fiabilité. En nous attardant quelque peu sur l'avenir de l'information bousculée à l'heure d'Internet, nous avons cité *Médiapart* en exemple. Mais des publications papier ont d'ores et

²⁵⁶ CHARON Jean-Marie, *Presse et numérique : l'invention d'un nouvel écosystème, Rapport à madame la ministre de la Culture et de la Communication*, Paris, La Documentation française, juin 2015, p. 94

²⁵⁷ *Ibid.*, p. 86-87

déjà pris le parti de faire mentir le modèle économique encore dominant – comme l’avait fait avant eux le *Canard Enchaîné* par exemple – en se passant de publicité et en misant sur un contenu qualitatif à destination de lecteurs exigeants : les revues *XXI* ou *6 Mois* en font partie.

5.2. La non-vérification et la connivence en cause

5.2.1. Des exemples de ratages journalistiques trop nombreux

Le contexte ou plutôt les contextes économiques, professionnels, éditoriaux, font que les productions journalistiques suscitent un fort sentiment de défiance de la part des lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et internautes. Et, même s’il faut savoir relativiser la nouveauté de cette défiance, au regard de l’histoire du journalisme et des médias, il ne fait aucun doute qu’elle a tendance à s’accroître.

De plus, le fait que certains citoyens ne fassent pas mention d’une défiance particulière à l’égard des journalistes ne signifie en aucun cas qu’ils ne sont pas exposés à des messages ou des productions médiatiques sujets à caution. Cela peut tout aussi bien indiquer qu’ils ne sont pas tous en mesure de porter un regard critique sur le travail des professionnels des médias et sur leur propre mode d’accès à l’information. C’est la raison qui conduit d’ailleurs de nombreux acteurs institutionnels à plaider pour une plus grande place accordée à l’éducation aux médias, qu’il s’agisse du ministère de l’Éducation nationale (qui s’appuie pour cela sur les ressources du Clémi, le Centre pour l’éducation aux médias et à l’information) ou d’organismes de manifestations comme les « Assises du journalisme et de l’information de Tours », portées par une association appelée Journalisme et citoyenneté.

En effet, que ce soit en termes de nombre d’individus ou de rapidité de diffusion, il est certain que les moyens modernes de diffusion de l’information touchent plus efficacement un plus grand nombre de citoyens que jamais auparavant dans l’histoire. Ainsi, les nouvelles circulent davantage, qu’elles soient correctement ou très médiocrement traitées, qu’elles soient factuellement vraies ou fausses. Cela fait reposer sur les épaules des journalistes une responsabilité plus grande encore que par

le passé. Car lorsque, finalement, un citoyen fait l'expérience de la confrontation avec une information non vérifiée, *a fortiori* lorsqu'elle est diffusée par un média dit « de référence », il lui est très difficile, la plupart du temps, d'envisager de porter sur elle un regard critique.

Nous ne parlons pas ici du tout venant des publications effectuées principalement en ligne, sur des sites et des blogs mal identifiés, ou encore sur les réseaux sociaux, par tel ou tel individu ou tel ou tel groupe d'influence. Dans ce cas, en effet, il est acquis que chacun défend ses propres positions et agit potentiellement de mauvaise foi en ne s'astreignant à suivre finalement que peu de règles, quasiment pas de règles journalistiques et, en tout cas, aucune règle professionnelle. Ce type de publications présente bien des pièges pour le citoyen, puisqu'il s'agit de discours de communication et/ou de propagande, voire de ce que l'on appelle *fake news* ou « nouvelles controuvées », en désignant de fausses informations « fabriquées », auxquelles on donne l'apparence de véritables nouvelles, soit à des fins de propagande, soit à des fins parodiques notamment. Parfois, ces fausses nouvelles sont si bien présentées que même des professionnels de l'information ou des responsables politiques, pourtant au fait de ces risques, s'y laissent prendre. C'est dire le danger que cela représente.

De notre côté, nous nous bornons plutôt, ici, à considérer le cas des publications réalisées par des professionnels de l'information dans le cadre de leur média, qu'il soit imprimé, en ligne, audiovisuel, que ce soit dans ses colonnes ou via ses comptes et pages de réseaux sociaux. Or, dans ce cadre-ci, déjà, se produit un nombre conséquent de « ratages » journalistiques liés à l'absence ou en tout cas au manque de vérification. Ce sont ces « ratages » qui, pour une part, détournent le public des productions journalistiques ou, *a minima*, l'empêchent de leur accorder sa confiance. Et, malheureusement, ils sont nombreux, comme en attestent les études conduites par les organisations et médias qui mènent un travail d'observation critique des médias. Ils sont à vrai dire déjà trop nombreux pour permettre aux journalistes et aux médias pour lesquels ils travaillent de se prévaloir de qualités de médiateurs rigoureux et de porte d'entrée vers des contenus d'information fiables ; ils sont également trop nombreux, parfois, pour permettre à ces mêmes journalistes et médias de se

distinguer des publications non-professionnelles précitées, se distinguer de la circulation horizontale, particulièrement virale, des contenus.

Parmi les organisations qui les recensent, figure l'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI). Ses rapports annuels sélectionnent ce qu'il appelle des « alertes » – elles sont au nombre de 366 pour 2016 – dont l'étude est confiée à des groupes de travail. Pour près de la moitié des cas, dans le rapport 2017 (sur l'année 2016) ces alertes concernaient le premier des cinq groupes de travail, nommé « Exactitude et vérité ». L'ODI a ainsi fait le constat que « *la guerre de l'information* » et les « *perturbations majeures* » qu'elle engendre menacent de « *tuer toute fiabilité et toute crédibilité* » ; c'est pourquoi, explique-t-il, il consacre tout un chapitre à « *l'insécurité de l'information* » :

« À l'heure où le mensonge apparaît à certains comme l'arme absolue du débat public, la responsabilité des médias de publier des faits exacts est plus essentielle que jamais pour le fonctionnement de la démocratie. En 2016 comme les années précédentes, l'ODI s'est attaché à traquer les entorses volontaires ou involontaires à la première obligation du journalisme : celle de l'exactitude et de la véracité. »²⁵⁸

L'observatoire classe ensuite dans plusieurs catégories les manquements à l'exactitude et à la vérité qu'il a sélectionnés : « *faits et commentaires* » pour les cas où la séparation entre les deux, qui constitue pourtant une règle de base, est oubliée ; « *exactitude et décryptage* », pour les cas où le journaliste n'est pas en mesure de rectifier les erreurs factuelles commises par son invité dans l'expression de son opinion ; « *emballement médiatique* », à propos de la forte médiatisation d'informations fausses que des médias ne démentent jamais, voire laissent telles quelles sur leur site ; « *le choix des mots* », quand on ne vérifie pas le sens d'un terme et qu'on l'emploie à mauvais escient dans un sujet, quitte à travestir la réalité ; « *interprétations hâtives* », pour l'utilisation de données et recherches scientifiques dont les conclusions sont livrées à contresens ; « *mauvaise identification* » pour évoquer les cas où les personnes en photo et sur l'écran ne sont pas présentées avec suffisamment de précision, voire sous une « fausse » identité ; « *erreurs*

²⁵⁸ OBSERVATOIRE DE LA DÉONTOLOGIE DE L'INFORMATION, *Rapport annuel 2017 : l'information au cœur de la démocratie*, op. cit., p. 13

d'illustrations » quand sont reprises des images sorties de leur contexte pour illustrer un événement qui vient de se produire dans une contrée où aucun journaliste n'est présent, etc. À chaque fois, les cas particuliers (mais anonymes) cités par l'ODI sont riches d'enseignements sur le manque de vérification des informations, et la longueur du catalogue qu'ils finissent par représenter bout à bout interpelle.

D'autant que ce manque de vérification s'accompagne régulièrement d'une forme de suivisme et de « pari » sur la justesse des informations données par quelques médias de référence. C'est notamment ce qu'explore Amandine Degand, à propos des informations « semi-vérifiées » mises en ligne par les rédactions web²⁵⁹. Des journalistes évoquent *Le Monde*, par exemple, comme publication dont il n'est pas forcément nécessaire de recouper les informations avant de les réutiliser telles quelles dans ses propres colonnes, car elles sont jugées fiables *a priori*. Mais il pourrait tout aussi bien être question des agences de presse, qui commercialisent auprès de la plupart des autres médias une offre d'informations vérifiées et qui, néanmoins, confrontées elles aussi à l'accélération de la diffusion des nouvelles grâce aux nouvelles technologies, prennent le risque de commettre des erreurs aux répercussions démultipliées. Estelle Cognacq, rédactrice en chef de l'« Agence *France Info* », chargée de certifier les informations « données » par son média, reconnaît, en creux, les travers observés dans sa profession :

« Beaucoup de médias se citent les uns les autres, comme dans un processus de blanchiment d'infos : « Machin dit que... » On se dédouane alors que tous les médias sont engagés dans une course à l'info sur le web. Ils produisent des contenus, mais plus de l'info. (...) Nous, nous avons fait un audit sur la circulation de l'information en interne. J'ai remis mon rapport à Laurent Guimier en avril 2015. Et depuis, on voit combien de fois, grâce à notre nouvelle organisation, on n'a pas donné des infos erronées, comme la mort du bâtonnier de Melun. De l'AFP, on ne reprend donc plus que l'officiel, les communiqués, les verbatim. Car on ne peut plus lui accorder le même crédit. Elle était la référence pendant longtemps mais elle est aussi engagée dans une course à l'échalote. On ne

²⁵⁹ DEGAND Amandine, « Le multimédia face à l'immédiat. Une interprétation de la reconfiguration des pratiques journalistiques selon trois niveaux », *op. cit.*, p. 8

veut plus de démenti. Faire une erreur, nous, OK ; faire les erreurs des autres, non. »²⁶⁰

Ainsi, quand l'Agence France-Presse (AFP) se trompe, ce sont potentiellement 4 600 clients à travers le monde (dont beaucoup de médias) qui risquent, eux aussi, de diffuser une fausse information, a fortiori s'ils ne mettent pas en œuvre leur propre procédure de recoupement de l'information. Or cette situation n'est pas exceptionnelle, qu'il s'agisse d'informations de première main ou d'informations reprises d'autres médias (ce que l'AFP fait très régulièrement, sans reprendre les nouvelles en question à son compte, mais en les relayant largement).

Dans sa thèse consacrée à « La production des faits journalistiques à l'Agence France-Presse », Éric Lagneau, lui-même journaliste au sein de cette agence, écrit ainsi :

« On ne surprendra personne en relevant que l'AFP, pas plus qu'aucun autre média, n'est infallible sur le plan de la véracité. Chaque jour, elle relate dans ses dépêches des faits qui se révèlent imprécis, partiellement inexacts ou même parfois complètement faux. Il lui arrive même d'annoncer de fausses nouvelles. »²⁶¹

Là encore, les exemples qu'il sélectionne sont édifiants : en 1999, l'annonce à tort que la justice ouvrait la porte à des poursuites contre le président de la République Jacques Chirac ; en juillet 2004, la fausse agression d'une jeune femme dans le RER D, entre Louvres et Sarcelles, démentie deux jours plus tard ; en juin 1999, l'annonce de l'explosion de la navette spatiale Atlantis peu après son décollage, alors que celui-ci s'était déroulé sans problème, etc. Nous ajoutons le cas plus récent de l'annonce de la mort de l'homme d'affaires Martin Bouygues, en février 2015, qui n'a jamais eu lieu mais qui a été annoncée dans une grande proportion de médias français notamment. Et aussi celui du buraliste Timothé Fournier, présenté comme un héros des attentats de Nice, en juillet 2016, puisqu'il aurait sauvé une femme enceinte avant d'être percuté par le terroriste au camion : il n'a jamais existé. Le journaliste du

²⁶⁰ Entretien réalisé le 17 mai 2016.

²⁶¹ LAGNEAU Éric, *L'objectivité sur le fil*, thèse de doctorat en sciences politiques, Paris, Institut d'études politiques, 2010, p. 114

Monde Samuel Laurent, responsable de la chaîne « Les Décodeurs », laisse s'exprimer sa frustration à propos de l'épisode Bouygues :

« *Sur Martin Bouygues, nous avons sans aucun doute perdu des points, car le permanencier du journal a cru l'AFP. Mais j'aurais peut-être fait pareil... La pression est tellement énorme dans ces moments-là...* »²⁶²

Certes, à chaque fois, l'AFP met en branle un processus de rectification, qui fonctionne sous deux formes : « *Une correction rectifie une erreur, grande ou petite, l'annulation est destinée à supprimer une fausse information.* » Une simple actualisation est également possible. En termes de volume, les annulations – les moins nombreuses – seraient au nombre de 20 à 30 chaque année, ce qui peut sembler beaucoup, mais est finalement peu, aussi, eu égard aux milliers de dépêches produites chaque jour. Pour se prémunir, en tout cas, l'AFP a adopté un principe de multiplication des relectures avant publication (au moins deux). Au moins, ses clients peuvent compter sur son souci de toujours finir par donner l'information exacte et à reconnaître ses erreurs éventuelles.

Cela n'est pas le cas dans tous les médias où, parfois, y compris les informations largement contredites ou démenties après une première parution subsistent sur le site Internet. Nous citerons ici plusieurs cas, en partie repris dans l'expérience menée par le journaliste Yann Guégan, en août 2016²⁶³ : une araignée mortelle découverte dans une caisse de bananes, une « prestigieuse » primatologue française qui termine au Samu social, un adolescent canadien qui découvre seul une cité maya, une jeune mariée enceinte du nain strip-teaser animateur de son enterrement de vie de jeune fille, la vidéo d'une snowboardeuse poursuivie par un ours, une femme qui se fait greffer un troisième sein pour éloigner les dragueurs, etc. Les exemples sont légion.

À chaque fois, les sites de médias tels que *Le Point*, *RTL*, *20 Minutes*, *FranceTV.Info*, *Le Figaro*, *L'Express*, *Paris Match*, *Europe 1*, *Ouest-France*, *La Croix*, *BFM TV*, *Libération*, *L'Obs* et d'autres conservent ces informations en ligne, soit telles quelles, soit – mais très rarement pour ne pas dire exceptionnellement – avec un correctif, une

²⁶² Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

²⁶³ GUÉGAN Yann, « L'info était bidon... mais elle est toujours en ligne sur ton site, coco », *Dans mon labo*, 18 août 2016. Disponible sur : <http://dansmonlabo.com/2016/08/18/linfo-etait-bidon-mais-elle-est-toujours-en-ligne-sur-ton-site-dactu-1142/> (page consultée le 6 janvier 2017).

mise à jour, voire aux côtés d'un second papier qui indique que l'information contenue dans le premier est fausse. Cela alors qu'il s'agit chaque fois de cas avérés de fausses informations d'une part et de médias nationaux ou régionaux qui cherchent tous à disposer d'une image de crédibilité et de sérieux d'autre part.

Il est même très étonnant de trouver, par exemple, sur le site de *Paris Match*, l'article en question, toujours titré « Attentat de Nice : Timothé, mort en héros »²⁶⁴, dans lequel est effectivement glissé un avertissement – il commence ainsi : « *Après de nombreuses recherches effectuées notamment par Nice Matin, aucune trace de cet homme n'a pu être retrouvée...* » – mais qui se poursuit ensuite conformément à son propos initial ; « *Timothé Fournier est mort le 14 juillet à Nice en sauvant sa femme enceinte de 7 mois* ».

Ce constat et ce catalogue d'exemples de ce que nous avons choisi d'appeler des ratages journalistiques, d'autres l'ont fait et pas seulement en France. Dans le rapport livré en 2015 par Craig Silverman, pour le Tow Center for Digital Journalism de Columbia, aux États-Unis, est évoqué un échantillon d'une centaine de rumeurs propagées sur les sites de presse en ligne entre août et décembre 2014. Il est accompagné de conclusions particulièrement sévères sur le travail des médias – « *Ils font davantage partie du problème de la désinformation en ligne que des solutions* »²⁶⁵ – mais également d'une analyse détaillée de leurs mauvaises pratiques : peu ou pas de vérification des assertions publiées, souvent sur la seule foi d'un autre article publié ailleurs sans plus de preuve ; des journalistes qui, en les citant, renforcent la crédibilité des propagateurs de rumeurs ; des médias qui, sans ajouter aucune plus-value à ces rumeurs, passent de l'une à l'autre pour bénéficier du trafic généré par la nouveauté ; d'autres médias (ou les mêmes) qui, de façon malhonnête, trompent le public en titrant par l'affirmative des articles qui ensuite expliquent que l'information est fausse ; et d'autres encore qui utilisent volontairement des formulations subtiles (phrases interrogatives ou au conditionnel) pour se dégager de toute responsabilité en relayant une information non-vérifiée ; etc.

²⁶⁴ PARIS MATCH, « Attentat de Nice : Timothé, mort en héros », *Paris Match*, 18 juillet 2016. Disponible sur : <http://www.parismatch.com/Actu/Societe/Attentat-de-Nice-Timothe-mort-en-heros-1021189> (page consultée le 5 mai 2017).

²⁶⁵ SILVERMAN Craig, *Lies, Damn Lies, and Viral Content: How News Websites Spread (and Debunk) Online Rumors, unverified, Claims, and Misinformation*, op. cit., p. 4

Cela se traduisait d'ailleurs récemment dans les résultats de l'enquête annuelle conduite pour le quotidien *La Croix* par Kantar Sofres²⁶⁶ : parmi sept « intox » relayées sur les réseaux sociaux, les cinq premières semblaient être certainement ou probablement vraies pour environ un tiers des Français (entre 30 et 39%). Le signe que les médias n'ont su enrayer, quand ils ne l'ont pas amplifiée, la propagation d'idées comme « Hillary Clinton était gravement malade durant la campagne présidentielle américaine », « les usines de charbon allemandes sont responsables des pics de pollution de décembre (2016) en France », « l'État a réservé plus de 77000 HLM pour l'accueil des familles de migrants », etc. *A contrario*, toutefois, certaines affirmations vraies obtiennent des taux de reconnaissance plus élevés encore, jusqu'à 75% pour les voitures Volkswagen équipées de logiciels pour tromper les contrôles antipollution et jusqu'à 71% pour le nombre de voix plus élevé pour Hillary Clinton face à Donald Trump.

Reste que face au manque de rigueur vis-à-vis de l'information relayée puis conservée en ligne, qui répond certainement à des impératifs liés à l'audience, il s'avère bien difficile pour les journalistes d'espérer gagner la confiance du grand public, ou d'espérer renouer avec elle.

Par ailleurs, sans aller jusqu'à ces cas d'approximations ou d'erreurs grossières, de désinformation même, il reste déjà difficile pour les professionnels de l'information de conserver la confiance des lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et internautes face à de simples erreurs factuelles. C'est ce que rappelle Bertrand Verfaillie :

« La crédibilité d'une information commence à s'effriter là, sous l'effet de ces minuscules coups de boutoir, au détour d'une erreur de nom ou de prénom, de lieu ou de date, de virgule ou de guillemets. Elle peut se fracasser ensuite sur la publication d'un chiffre erroné, sur « l'oubli » d'un protagoniste ou sur la délivrance d'un jugement à l'emporte-pièce. »²⁶⁷

²⁶⁶ LA CROIX, « Baromètre des médias, l'intérêt des Français pour l'actualité au plus bas depuis 2012 », *op. cit.*

²⁶⁷ VERFAILLIE Bertrand, *Les Français, les médias et les journalistes : la confiance saigne*, *op. cit.*, p. 8

D'ailleurs, des études conduites aux États-Unis et en Europe l'ont également démontré. Certaines ont été synthétisées par le professeur Scott Maier, de l'École de journalisme et de communication de l'université d'Oregon, à l'occasion d'un colloque, en 2010. Sur des échantillons de milliers d'articles et des questionnaires envoyés aux sources citées dans ces articles, il apparaît que près de 50 à 60% contiennent au moins une erreur factuelle, comme une erreur de patronyme ou de titre, de chiffres, de lieux, et quasiment autant une erreur dite « subjective », comme des informations manquantes ou des citations tronquées ou utilisées hors contexte. Quant aux causes de ces erreurs, les sources incriminent principalement un manque de compréhension, la pression du bouclage, des recherches insuffisantes de la part des journalistes, un nombre de questions trop limité ou de mauvaises questions, la paresse, etc. D'où cette conclusion (en dépit du fait que de nouvelles études doivent encore être conduites et affinées pour obtenir des résultats plus pertinents encore) :

« Ces études montrent que l'inexactitude des nouvelles est un problème commun aux différents pays et aux différentes cultures, avec des erreurs notablement similaires signalées dans chaque pays étudié ici. En outre, l'exactitude compte vraiment : dans toutes les nations, les erreurs ont un effet significatif sur la crédibilité des nouvelles. (...) Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer la crédibilité globale de l'histoire, les sources qui ont trouvé une erreur ou plus ont noté l'article quasiment un point de moins (sur une échelle de 7 points) que les sources qui n'ont pas trouvé d'erreur. Les erreurs dans une seule histoire ont eu un effet négatif sur la perception du journal entier par les sources. Même des erreurs jugées « mineures » ont entamé le respect accordé aux médias d'information. En réalité, les analyses statistiques ont montré que l'erreur compte pour un tiers de la crédibilité perçue dans chaque histoire. Cela pourrait ne pas sembler impressionnant, mais c'est significatif si vous considérez tout ce qui entre en compte pour juger un article : son auteur, son emplacement, son style, aussi bien que le prestige du journal, son orientation politique et d'autres caractéristiques. »²⁶⁸

²⁶⁸ « These studies show that news inaccuracy is an issue across nations and journalism cultures, with remarkably similar errors reported in each nation studied here. Furthermore, accuracy really matters: Across nations, errors had a measurable

Dès lors, si quelques erreurs présentes çà et là dans les nouvelles diffusées par les médias ont un impact de cet ordre-là, on n'ose à peine imaginer à quel point ils prennent des risques vis-à-vis de leurs lecteurs lorsqu'ils laissent exister voire prospérer de fausses nouvelles sur leurs sites et autres canaux de diffusion. Il est de ce point de vue édifiant d'entendre les difficultés exprimées par les journalistes à propos des obstacles qu'ils rencontrent pour distinguer leurs écrits du flot ininterrompu de publications en tout genre qui se déverse via Internet et les réseaux sociaux. À l'évidence, si ces contenus comportent toujours plus, à l'avenir, les mêmes travers que ceux qui sont réalisés par des méthodes non professionnelles, cela s'avèrera impossible.

Dernièrement, certains n'ont pas hésité à donner le sentiment de capituler en invoquant, à l'instar de Katharine Viner, du *Guardian*²⁶⁹, en 2016, l'entrée dans une nouvelle ère en matière d'information (ou de désinformation plus exactement) : l'ère de la « post-vérité ». Autrement dit : à quoi bon essayer de produire des contenus factuels et fiables quand l'opinion publique est à l'évidence plus encline à se laisser abuser par la propagande et les discours émotionnels des démagogues ? Tout cela serait une question de contexte de prédisposition générale à entendre raison et vérité factuelle.

À vrai dire, ce concept, déjà évoqué en 2004 par l'enseignant et auteur américain Ralph Keyes, dans l'ouvrage *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*, fait référence à une propension toujours plus forte au mensonge délibéré dans les discours publics et politiques. Les prises de position mensongères, puis revirements, des partisans du « Leave » au Royaume-Uni, pour obtenir un vote

effect on news credibility. (...) When asked to assess the story's overall credibility, news sources finding one or more errors rated the article nearly a full point lower on a 7-point scale than sources finding no error. The errors in a single story also measurably had a negative effect on news source perceptions of the entire newspaper. Even mistakes judged "small" diminished respect for the news media. In fact, statistical analysis showed that error explains a third of perceived story credibility. That might not sound impressive, but it is significant when you consider all that goes into judging a news story – its authorship, placement, style, as well as the newspaper's prestige, political orientation and other attributes. »
MAIER Scott, « News Accuracy : Transatlantic Perspectives ». In *Fact-Checking: Fakten finden, Fehler vermeiden*, Hambourg, Netzwerk Recherche-Werkstatt, n°16, p. 18 et 20

Voir aussi MAIER Scott, « Accuracy Matters: A Cross-Market Assessment of Newspaper Errors and Credibility », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2005, 82/3. Disponible sur : https://www.researchgate.net/publication/241655705_Accuracy_Matters_A_Cross-Market_Assessment_of_Newspaper_Error_and_Credibility (page consultée le 24 septembre 2017).

²⁶⁹ VINER Katharine, « How technology disrupted the truth », *The Guardian*, *op. cit.*

en faveur du Brexit, puis ceux de Donald Trump, aux États-Unis, pour affaiblir son adversaire Hillary Clinton et accéder à la Maison Blanche, semblent lui donner raison.

Mais il n'est pas certain qu'en chercher la cause du côté des seuls politiques ait du sens, dans la mesure où il a été de tout temps, sans doute, dans leurs usages, de construire leur propre réalité. N'était-ce pas ce qu'enseignaient déjà les rhéteurs de l'Antiquité ? Lorsque Kellyanne Conway, la conseillère et porte-parole de Donald Trump, évoque en janvier 2017, face caméra, que Sean Spicer, directeur de la communication de la Maison Blanche, fonde ses déclarations sur des « faits alternatifs »²⁷⁰, elle ne fait rien d'autres que perpétuer un peu grossièrement des ficelles rhétoriques couramment utilisées en politique. D'aucuns y ont ainsi vu un rapprochement avec la « *double pensée* » invoquée par le pouvoir dans *1984*, le roman dystopique de Georges Orwell, paru en 1949. Il semble donc inapproprié de voir dans ce type de situation les marques d'une rupture récente face à un devoir de vérité disparu.

En revanche, des causes sont manifestement à rechercher du côté de ce qu'Arnaud Mercier appelle un « *brouillage des repères de la vérité* »²⁷¹, au moment d'accéder aux informations (« bulles de filtres » créées par les infomédiaires et les réseaux sociaux notamment), et la « *perte d'influence* » des « *tiers médiateurs* » face à la propension à la crédulité naturelle de chacun. Mais des causes plus profondes sont aussi à trouver, selon nous, du côté de cette crédibilité sans cesse mise à mal des médias « traditionnels », ces « *tiers médiateurs* », donc, dont chacun a aujourd'hui la possibilité technique de se passer et la tentation – rationnelle, au regard des erreurs qu'ils commettent – de contourner.

La non-vérification puis la diffusion d'informations erronées voire fausses, puis, après cela, la non-correction – plus grave encore – des erreurs et des ratages journalistiques enferment les médias dans une spirale qui s'avère, à moyen terme et à long terme, totalement défavorable. Cela est d'autant plus vrai que le grand public

²⁷⁰ BRADNER Eric, « Conway: Trump White House offered 'alternative facts' on crowd size », *CNN*, 23 janvier 2017. Disponible sur : <http://edition.cnn.com/2017/01/22/politics/kellyanne-conway-alternative-facts/> (page consultée le 8 mai 2017).

²⁷¹ MERCIER Arnaud, « Post-vérité » : nouveau mot ou nouvelles réalités ? », *Ina Global*, 28 avril 2017. Disponible sur : <http://www.inaglobal.fr/idees/article/post-verite-nouveau-mot-ou-nouvelles-realites-9668> (page consultée le 5 mai 2017).

dispose aujourd'hui des moyens technologiques de contourner les journalistes pour accéder en continu à des informations. *A contrario*, il semble qu'un travail de fond pour renouer avec les fondamentaux du journalisme, les règles de base qui permettent de garantir au mieux l'accès à des nouvelles vérifiées et factuellement fiables, puisse porter les germes d'un nouveau contrat de confiance entre médias journalistiques et grand public. C'est d'ailleurs en partant de ce constat que, progressivement, se sont fait jour, aux États-Unis puis en France et ailleurs dans le monde, les initiatives précitées de fact-checking.

5.2.2. Connivence et proximité rejetées par les fact-checkeurs

À ce stade, il nous paraît utile de faire état d'une motivation très régulièrement exprimée à la fois par les détracteurs du fonctionnement des médias d'une part – qu'ils soient issus du grand public ou des rangs de personnalités plus expertes – et par les journalistes fact-checkeurs eux-mêmes d'autre part.

Cet aspect-là de la réflexion fait en effet partie de celles qui, à l'évidence, ont prévalu pour faire progresser l'idée que le fact-checking serait en mesure d'aider les médias à renouer avec la confiance du public. Elle réside dans le fait que, au-delà de son sérieux et de son efficacité, sur lesquels nous allons revenir, il oblige les journalistes à prendre leurs distances face au personnel politique avec lequel ils sont souvent assimilés, sous le vocable « élites ». Nous parlons ici, bien évidemment des relations de proximité et, parfois, de connivence voire de révérence, désignées, en France notamment, par les termes « classe politico-médiatique » ou « microcosme politico-médiatique ».

Celles-ci ont été largement dénoncées dans bon nombre d'ouvrages, dont l'un des derniers en date tire son titre d'une définition du journalisme attribuée au fondateur du *Monde*, Hubert Beuve-Méry : « *Le journalisme, c'est le contact et la distance.* » L'historien des médias Alexis Lévrier y décrit la difficulté du travail des journalistes politiques, qui doivent en permanence concilier deux injonctions contradictoires : se rapprocher le plus possible des hommes et femmes politiques qui sont des sources

d'information de premier plan et, en même temps, échapper à « *l'endogamie de ces deux mondes* » qui, selon lui, « *demeure une étonnante singularité française* »²⁷².

Plus puissante dans le monde anglo-saxon et aux États-Unis en particulier, l'injonction à la séparation entre politiques et journalistes trouve l'une de ses plus récentes concrétisations dans l'avènement du fact-checking. Michael Dobbs, le journaliste qui a créé le blog de fact-checking du *Washington Post*, n'a d'ailleurs aucun doute à ce sujet :

*« Cela représente un renversement de pouvoir en faveur des médias, après un point bas lors du déclenchement de la guerre en Irak, lorsque le Post et d'autres journaux de référence n'ont pas contesté sérieusement la ligne de la Maison Blanche sur les « armes de destruction massive ». (...) L'émergence du fact-checking a fourni aux journalistes un outil supplémentaire pour révéler le jeu politique et les techniques de manipulation des médias toujours plus sophistiquées ».*²⁷³

Quant à la France, ainsi que nous l'avons signalé plus haut, il apparaît que ce ne sont pas des journalistes politiques qui s'y sont les premiers laissés séduire par ce nouvel exercice. Ils ont même, dans un grand nombre de cas, freiné des quatre fers pour que leur média ne sombre pas dans une pratique aussi critique et n'ont pas hésité à le tourner en ridicule, quitte, pour cela, à jouer sur les mots. Selon eux, en substance, « *le fact-checking, c'est la vérification et, la vérification, c'est l'essence même du journalisme* ».

Tout cela est vrai bien sûr. Mais tout cela permet aussi de faire semblant de ne pas voir la forme nouvelle que pouvait prendre cet exercice lorsqu'on l'appliquait strictement, avec de nouvelles procédures, à la parole des responsables politiques. De plus, à l'évidence, beaucoup de responsables et de membres des services politiques des rédactions consacrent essentiellement leur temps à couvrir les aspects strictement électoraux et les enjeux de pouvoir au sein de la politique, plutôt que la vérification

²⁷² LÉVRIER Alexis, *Le contact et la distance : le journalisme politique au risque de la connivence*, Les Petits Matins, coll. Médias, politique & communication, 2016, 192 pages.

²⁷³ « *This represents a shift of power back to the media following a low point during the run-up to the war in Iraq when The Post and other leading newspapers failed to seriously challenge the White House line on "weapons of mass destruction". (...) The fact checking movement has provided journalists with an additional tool for exposing political spin and increasingly sophisticated media manipulation techniques.* »
DOBBS Michael, *The Rise of Political Fact-checking, How Reagan Inspired a Journalistic Movement*, op. cit., p. 1

des femmes et des hommes politiques sur le fond. Michael Dobbs, à nouveau, l'explique ainsi :

*« Les journalistes politiques ont tendance à se focaliser sur l'aspect course de chevaux des élections, plutôt que de creuser les prises de position politiques des différents candidats. »*²⁷⁴

Et c'est aussi ce que résume le politologue Thomas Guénoles qui, pour supporter les initiatives de fact-checking, a créé en janvier 2015 le « Prix du menteur en politique ». Lui parle de « *journalistes politiques qui ne traitent que les aspects de théorie des idées, sans déconstruire les rhétoriques viciées, ne traitent que le « House of Cards » du pauvre, les alliances, les tactiques* ». ²⁷⁵

Tous ces aspects et différences de vue transparaissent très nettement dans les propos des journalistes fact-checkeurs au sujet de leurs relations avec les autres services de leur média, ainsi que dans les propos de leur hiérarchie et encadrement. Sur ce dernier point, nous précisons que, dans de très nombreux cas, d'ailleurs, il n'a pas été possible d'entendre les propos des rédacteurs en chef et des directeurs de la rédaction. Il en fut parfois de même du côté des chefs des services politiques. Beaucoup de demandes d'entretien sont en effet restées sans réponse, malgré de nombreuses relances, et parfois, les motifs de refus exprimés semblaient fuyants. Antonin André, chef du service politique d'*Europe 1*, dont les propos, dans la tranche matinale d'information de son antenne, côtoient régulièrement la chronique « Le Vrai du Faux », avancera ainsi : « *Je ne suis pas disponible. Je ne m'exprimerai pas sur ce sujet, car je n'ai pas grand-chose à en dire.* »²⁷⁶

Nous sommes convaincus que des difficultés de calendrier ont existé pour obtenir des entretiens en 2015 et 2016 ; toutefois, les propos que nous avons obtenus de certains journalistes plus disponibles ont conforté le fait que des divergences de vues voire des rivalités existent bien entre spécialistes politiques et fact-checkeurs dans les rédactions. Ce fut par exemple le cas de Nicolas Chapuis, chef du service politique du

²⁷⁴ « *Political reporters tend to focus on the horse race aspect of elections, rather than delve into the policy positions of the different candidates.* »
Ibid., p. 10

²⁷⁵ Entretien réalisé le 6 avril 2016.

²⁷⁶ Message texte reçu en juin 2016.

Monde (en binôme avec Caroline Monnot). À 29 ans seulement et après un passage à la rédaction web du journal, il est le premier à émettre des réserves sur le positionnement du travail de fact-checking :

« Le fact-checking pose la question de la parole politique. L'idée n'est pas de tout démonter forcément pour des détails... Il y a aussi un côté intéressant à laisser le politique développer sa rhétorique, pour comprendre son discours, sa logique. (...) Au Monde, il existe une règle implicite : on ne commente pas dans le journal une interview publiée le jour même. Le côté « je te demande de me parler » et puis « je te casse par derrière », ce n'est pas courtois. »²⁷⁷

Ce type de prise de position intervient généralement quand se pose la question de la vérification des contenus diffusés par les services politiques des médias qui, par ailleurs, disposent de rubriques de fact-checking. En effet, pour beaucoup, il semble logique de vérifier la parole déjà diffusée dans l'espace public par d'autres médias, mais rarement ce qui est produit en interne. Derrière cette apparente contradiction, il y a le risque maîtrisé de conflits entre services. Nabil Wakim, directeur de l'innovation éditoriale, également au *Monde*, et créateur des « Décodeurs », le laisse pressentir dans ses propos :

« Le journalisme, ce n'est pas seulement vérifier, mais raconter l'actu au fil de l'eau... Nous, on veut être un site d'info. Une déclaration du Premier ministre, on la donne sans la vérifier, avec de l'opinion, du commentaire à relayer aussi. C'est aussi du journalisme de donner l'avis des différentes parties. (...) La temporalité de la vérification n'est pas la même. Le fact-checking consiste à travailler sur quelque chose qui est déjà public, sinon on met en cause quelqu'un qui prend des positions et ce n'est pas du journalisme. »²⁷⁸

Philippe Onillon, directeur de la région France à l'AFP, évoque pour sa part une forme d'embourbement des journalistes fact-checkeurs dans les données chiffrées

²⁷⁷ Entretien réalisé le 8 juillet 2016.

²⁷⁸ Entretien réalisé le 23 octobre 2015.

pour critiquer ce travail journalistique et justifier le fait que l'agence de presse française l'a testé rapidement avant de l'abandonner. Selon lui :

« Le chiffre a remplacé l'idéologie. Le fact-checking est né de ça, d'une sur-utilisation des chiffres dans le débat politique. Avant, on ne s'abaissait pas à ça. (...) Est-ce notre rôle ? Une attente de nos clients ? Nous, on a les sources contradictoires, le rappel des épisodes précédents, le recoupement des sources, mais on ne vérifie pas la parole politique. C'est de la politique politicienne. (...) c'est une chasse au mensonge et c'est la limite de l'exercice. On se dit : « Je vais contredire un homme politique ». On part du principe du mensonge et on encourage la langue de bois. On ne peut pas fournir un entretien et ses clés de décryptage en même temps. Nous sollicitons les interviews politiques. Les médias en ont besoin. Une interview, c'est un cadeau du politique... On démontre une évidence. Bien évidemment qu'un politique promet la lune pour avoir des voix. »²⁷⁹

Tous ces éléments sont de nature à expliciter à quel point les journalistes fact-checkeurs se heurtent à certaines résistances dans leur objectif de se distinguer des méthodes de travail de leurs collègues des services politiques. Il y a, dans leur démarche, un aspect transgressif face aux règles établies parfois de longue date dans les rédactions. Il y a aussi, probablement, un côté naïf et téméraire à la fois dans la manière dont ils se positionnent sur des terrains qui ne sont pas les terrains de prédilection des jeunes journalistes qu'ils sont généralement.

Ainsi, à peine entrés ou installés dans les médias nationaux qui les ont recrutés, ils donnent l'impression de franchir toutes les barrières hiérarchiques pour s'emparer d'un domaine qui leur semble traité d'une manière insuffisamment critique par leurs collègues, généralement plus âgés, plus capés et rattachés historiquement aux éditions imprimées (pour les rédactions de presse écrite). Comme si ces journalistes souhaitaient en quelque sorte démontrer à l'opinion publique qu'ils se distinguent du personnel politique et dans le même temps « reprendre la main » dans le rapport de

²⁷⁹ Entretien réalisé le 22 février 2016.

force qui les oppose à ce personnel politique, selon l'expression utilisée par Nabil Wakim à leur sujet.

Toutefois, cette position s'avère pour eux particulièrement difficile à tenir dans la mesure où, au sein même des rédactions, par incompréhension parfois et par souci de défendre un pré carré d'autres fois, les professionnels chargés de suivre le domaine politique voient d'un assez mauvais œil cette immixtion de leurs jeunes confrères. Sans vouloir faire de généralités, de nombreux entretiens ont montré à quel point deux logiques s'opposent dans les rédactions à ce sujet. Hervé Brusini, directeur des rédactions web de France TV, fait une comparaison entre le fact-checking politique et le traitement fait-diversier du dopage dans le sport :

« Ça me rappelle... J'allais vous donner en tant qu'élément de comparaison, l'investigation sur le Tour de France et les amis du service des sports. (...) Quelqu'un du service des sports peut dire : « Mais enfin, qu'est-ce que vous êtes en train de faire, ça ne va pas ! Je pense qu'il y a là quelques réflexes un peu corporatistes, un peu circulaires on va dire, de pré carré. »²⁸⁰

Reste que cette comparaison apparaît incomplète dans la mesure où, comme nous l'avons mentionné, à la lutte pour préserver des prés carrés, s'ajoute potentiellement une opposition liée à l'ancienneté, la légitimité supposée des journalistes concernés, les rapports hiérarchiques réels ou supposés des acteurs, entre les plus jeunes rédacteurs généralistes des services web et leurs homologues spécialisés et expérimentés des services politiques. Les journalistes fact-checkeurs semblent faire fi de cette source de conflit au sein des rédactions et même la cultiver, parfois un peu bravaches, pour mieux s'extraire des soupçons de connivence et de proximité avec le pouvoir qui entachent parfois le travail de leurs collègues. Cela apparaît dans de nombreux témoignages qui évoquent à quel point ils préfèrent s'accommoder de relations de conflit larvé.

²⁸⁰ Entretien réalisé le 9 septembre 2016.

Nous citerons par exemple le point de vue de Samuel Laurent, pour « Les Décodeurs » (*Le Monde*), qui dit défier les journalistes-experts au sein de sa propre rédaction :

« Les rubricards ne se permettent pas toujours de dénoncer leur interlocuteur comme on le fait. (...) Beaucoup de gens ont du mal à s'y mettre, ça angoisse, ça fait peur. Les gens ont du mal à sortir du chemin balisé, le « he says, she says », par peur d'entrer dans le débat ou alors de définir des notions, de sortir de l'expertise. Nous on s'adresse au plus grand nombre, contre la culture du rubricard et de l'expert, on fout le bordel dans tout ça. (...) Ça heurte aussi une tradition du journalisme romanesque et littéraire. »²⁸¹

Ces propos rejoignent ceux de Cédric Mathiot, son homologue fondateur de « Désintox », la rubrique de fact-checking de *Libération*. Cette cellule à l'effectif très réduit, dont il est le seul permanent depuis l'origine, en 2008, accompagné de jeunes journalistes fraîchement sortis d'écoles et recrutés en CDD, se veut détachée de toute institutionnalisation et de presque tout lien hiérarchique. Elle revendique, à travers son fondateur, une complète autonomie et une totale indépendance et une autre façon, là encore, de faire du journalisme :

« Pour des raisons de pré carré, de rapport aux sources, de non-contrôle des contenus, cela a été très mal perçu par le service politique, car ce n'était pas du tout dans leurs habitudes. De toute façon, les gens de la rubrique politique travaillent très peu sur le fond ; ils connaissent le jeu politique mais pas les politiques publiques. Didier Pourquery, à la direction de la rédaction, a voulu tenter, mais le reste de la direction n'était pas chaud non plus. »²⁸²

Sur *Europe 1*, Kim Biegatch a successivement travaillé aux côtés de Laurent Guimier et de Jean-Philippe Balasse pour préparer « Le Vrai-Faux de l'Info », la chronique de fact-checking de la tranche matinale d'information de la station. Elle revendique elle

²⁸¹ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

²⁸² Entretien réalisé le 13 novembre 2015.

aussi un positionnement journalistique différent, par rapport aux autres services et au service politique notamment :

« L'intérêt de ça, pour une rédaction, c'est de crédibiliser ce qui est dit sur sa propre antenne et de montrer qu'il n'y a pas de collusion entre journalistes et politiques. Car nous avons une relation différente, aussi, avec la classe politique ; ils (les journalistes politiques et les hommes politiques) se voient, ils passent du temps ensemble. Avec nous, ils doivent parfois faire le SAV de nos chroniques, il y a des appels toutes les semaines. Parfois, des hommes politiques comprennent le but du jeu, d'autres ne supportent pas. Nous, on rebat les cartes dans les relations entre journalistes et politiques. »²⁸³

Au *Journal du Dimanche*, Vivien Vergnaud, chef d'édition, a la particularité d'avoir exercé à la fois comme journaliste politique et à la fois comme fact-checkeur pour la rubrique « Le Détecteur de Mensonges », notamment au cours de la campagne présidentielle de 2012. Il conforte l'idée selon laquelle le fact-checking implique un nouveau positionnement journalistique sur le fond comme sur la forme :

« En tant que journaliste politique, ce n'est pas parce que j'entendais une bêtise que je la déconstruisais dans mon article. Un reportage politique, c'est montrer l'homme derrière le candidat, les paroles, les actes, les réseaux... Alors qu'en fact-checking, il faut rester sur des données brutes. Dans un papier classique, on ne dit pas « il a tort ». (Les relations entre les services) sont parfois complexes. Nos confrères nous ont déjà demandé, de la part des hommes politiques, de corriger des papiers. Ils appelaient directement les journalistes du print... »²⁸⁴

Sylvain Lapoix, journaliste indépendant qui a participé au *pure-player Owni* et à son outil de fact-checking « Le Véritomètre », durant la campagne présidentielle de 2012, n'a pas connu cette opposition entre les services dans son propre média, mais dans la rédaction d'un média partenaire : la chaîne d'information en continu *i>Télé*. Ce « Véritomètre » donnait chaque semaine une note à chacun des six candidats

²⁸³ Entretien réalisé le 23 octobre 2015.

²⁸⁴ Entretien réalisé le 5 avril 2016.

principaux en fonction du degré de précision de leur utilisation des données chiffrées. L'exercice, aussi critiquable soit-il en termes de méthodologie, a cristallisé l'opposition entre deux visions du journalisme :

« Des journalistes ont peur de ne plus pouvoir recevoir des politiques s'ils les fact-checkent. Du coup, cohabitent deux visions du journalisme dans les mêmes médias. (...) Mais assainir le débat public est possible, si on s'oriente vers le shaming des politiques ; parce que leurs propos les plus imprécis portaient tous sur le cœur de leur programme. (...) Même au sein de la rédaction d'i>Télé on nous a reproché de biaiser le débat, des journalistes politiques refusaient l'ingérence de la data dans le débat politique. Ils privilégient une vision polémiste fondée sur les sources humaines alors que la plupart des grandes enquêtes dernièrement reposent sur des sources froides, des données. »²⁸⁵

Parmi les fact-checkeurs, ce sont en réalité les journalistes les plus aguerris qui se montrent les plus prudents quant à l'expression d'une différence de traitement de la matière politique via les différents services. À l'instar de Vivien Vergnaud, donc, mais aussi de Laurent Guimier, alors directeur de *France Info* (devenu directeur délégué aux antennes et aux contenus de *Radio France* en mai 2017), qui évoque « *une bienveillante indifférence* » et une « *séparation plutôt confortable* (entre les services) *qui permet aux journalistes politiques de préserver leurs relations particulières* » avec les personnalités.

Les fact-checkeurs les plus jeunes, eux, revendiquent plus clairement une rupture dans les pratiques – Thomas Guénolé parle, lui, de « *fracture générationnelle face au journalisme à la papa* »²⁸⁶ – qui nous semblent dépasser les simples différences de registres de langage. Il ne faut bien sûr pas se méprendre sur le sentiment de nouveauté qui peut s'emparer naturellement, par naïveté, méconnaissance ou enthousiasme, des professionnels les plus fraîchement intégrés dans les rédactions. Toutefois, ce qu'ils expriment indique combien ils ont la volonté de produire des

²⁸⁵ Entretien réalisé le 8 juillet 2016.

²⁸⁶ Entretien réalisé le 6 avril 2016.

contenus originaux et sans concession vis-à-vis de la classe politique avec laquelle ils sont souvent confondus. C'est le cas de Clément Parrot, co-fondateur de *Lui Président* et entré à *France TV* dès sa sortie de l'école de journalisme en 2013, qui parle « *d'en finir avec l'éditocratie et la culture de l'éditorial-roi* »²⁸⁷ ; ou de Baptiste Bouthier, journaliste de la rubrique « Désintox » de *Libération* de 2013 à 2015 :

*« Il y a eu des débats internes complexes, au début, mais désormais la rubrique est bien considérée. Les problèmes du début étaient surtout avec les gens de la politique, qui étaient contre le côté « poujado » du tous pourris. Finalement, je crois qu'ils sont contents de ne pas le faire eux-mêmes. Il y a une sorte de côté « good cop » chez eux et « bad cop » chez nous... »*²⁸⁸

Damien Brunon, qui lui aussi n'a pas encore 30 ans, fait un témoignage dans la même veine à propos de son travail pour « L'Œil du 20 Heures », sur *France 2* :

*« Nous sommes un service à part. Nous n'avons pas vraiment d'échanges avec nos collègues. Si on allume un politique, ça peut être difficile en termes de relations avec eux. Il arrive que des choses se passent sans que cela leur convienne... Ils protègent leurs contacts, leurs infos ; il y a l'unité du « 20 heures », mais les politiques savent maintenant que « L'Œil du 20 Heures », c'est différent. Le FN, par exemple, nous demande toujours si on travaille pour le service politique ou pour « L'Œil du 20 Heures ». Les journalistes politiques connaissent très bien les politiques, boivent, sortent avec eux, s'écrivent, etc. On ne peut pas les allumer et prendre le petit-déjeuner avec eux le lendemain. Du coup, nous, on passe un peu pour les emmerdeurs, les bœuf-carottes... C'est pas le même boulot selon moi que de lire des dépêches AFP devant l'Élysée. J'ai parfois l'impression que nous sommes les seuls journalistes. J'ai parfois envie de pleurer quand je vois certains sujets. »*²⁸⁹

²⁸⁷ Entretien réalisé le 23 février 2016.

²⁸⁸ Entretien réalisé le 30 juillet 2015.

²⁸⁹ Entretien réalisé le 2 avril 2016.

Enfin, nous avons retenu le descriptif fait par Maxime Vaudano, 25 ans, l'un des trois créateurs du site *Lui Président* et aujourd'hui membre des « Décodeurs », qui également se félicite d'un nouveau parti pris au sein des rédactions :

« Le fact-checking n'est pas juste le travail normal du journaliste. C'est un état d'esprit différent, une forme de maturité, une évolution naturelle pour le journalisme politique en particulier, une nouveauté dans le positionnement du journaliste... »²⁹⁰

En affirmant ainsi un discours de rejet de la connivence et de la proximité des journalistes avec les élites politiques – la zone grise de l'informel, décrite par Jean-Baptiste Legavre notamment²⁹¹ –, mais aussi en glorifiant un positionnement qui donne le sentiment que le journaliste a effectivement repris la main sur le pouvoir de la parole et la rhétorique des acteurs publics, les fact-checkeurs démontrent clairement leurs ambitions. Ils marquent aussi leur souhait d'échapper, grâce au caractère de nouveauté qui entoure leur pratique, à tous les autres travers du journalisme en général et du journalisme web en particulier, comme la non-vérification de l'information due, pour une autre part à l'accélération des flux de production et la baisse des moyens et des effectifs. Car c'est bien selon eux en échappant à cette double dialectique que le fact-checking sera en mesure d'apporter davantage de crédibilité à l'image de leur média.

5.2.3. Le fact-checking, un label pour redorer le blason des médias ?

Lorsque naissent les premières initiatives en matière de fact-checking « moderne », d'abord aux États-Unis à compter de 2001, puis en France à compter, cette fois, de 2008, elles n'ont pas forcément vocation à rendre leur crédibilité à l'ensemble des contenus des médias. Aux États-Unis, nous l'avons dit, elles émergent tout d'abord comme autant de tierces parties, des sortes d'agences spécialisées sur la vérification des contenus diffusés par les médias, eux-mêmes confrontés à la fragilisation de leurs rédactions. Généralement conduites par des journalistes, elles veulent, en quelque

²⁹⁰ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

²⁹¹ LEGAVRE Jean-Baptiste (dir.), *L'informel pour informer. Les journalistes et leurs sources*, Paris, Éditions Pepper / L'Harmattan, 2014, 260 p.

sorte, suppléer ces médias dans la recherche de la véracité des faits ou tout du moins compléter leur travail, le renforcer. Les *PolitiFact.com* et *FactCheck.org* vont ainsi prendre leur essor pour exister en tant que structures médiatiques indépendantes (liées à des fondations) jusqu'à aujourd'hui.

En France, c'est plutôt le modèle élaboré par le *Washington Post* qui va être repris (volontairement ou non), dans un premier temps, tant à *Libération* qu'au *Monde*. Cela signifie qu'à l'image de « The Fact Checker », ce travail est visible essentiellement à travers un blog. Au moment de l'émergence de ce nouveau fact-checking, les blogs en question sont clairement utilisés, par les médias traditionnels, qui les hébergent, comme des laboratoires d'idées. Et même si quelques incursions dans les pages des journaux sont tentées sur certaines périodes, elles restent exceptionnelles, finalement, aujourd'hui.

Pour certains journalistes, y compris contributeurs de ces nouveaux formats, il reste logique de ne concevoir le fact-checking que comme un format Internet, car il requiert de l'immédiateté et s'accommode mal du décalage qui peut exister entre la phrase prononcée et sa vérification qui paraîtrait dans les pages d'un quotidien le lendemain seulement. Nous sommes quant à nous plus circonspects sur cette analyse, dans la mesure où, nous le verrons un peu plus loin (chapitre 7), un autre critère est à prendre en compte dans le fait de réserver le fact-checking aux sites et blogs des médias traditionnels : ce nouvel exercice critique représente aussi un risque du point de vue des journalistes politiques et directions de journaux lorsqu'il est publié directement en regard des interviews ou déclarations publiques de responsables, ministres, chefs de parti, etc.

Car le fact-checking qui fait le plus parler de lui à compter des années 2000 et qui justifie ce travail est un fact-checking que nous qualifierons de « politique », de vérification de propos tenus par des personnes aux responsabilités ou qui ambitionnent de l'être. C'est en effet ainsi que s'est fortement développée cette nouvelle fonction journalistique, en France comme ailleurs, avant, c'est vrai, de renouer, dernièrement, au cours des années 2016 et 2017, avec un propos plus large de vérification d'assertions en tout genre et de rumeurs, ce que nous étudierons plus particulièrement un peu plus loin (chapitre 8).

La question du choix éditorial, à propos du contenu des rubriques de fact-checking, ne s'est en réalité pas posée. D'une part parce qu'il a semblé évident, aux promoteurs (américains d'abord) de ce travail ciblé de vérification, que les besoins étaient résolument les plus importants dans le domaine politique, là où le mensonge fait régulièrement partie de l'exercice, que ce soit pour se sortir d'une situation difficile, pour déstabiliser un adversaire, pour emporter l'adhésion des électeurs, etc. D'autre part parce que, comme l'explique Cédric Mathiot, qui fut le premier à porter la création d'une telle rubrique en France, il en a eu l'idée spontanément après avoir entendu une énième contrevérité politique sur le sujet dont il était le spécialiste : le service minimum dans les transports en commun. Un sujet éminemment politique en 2007-2008. Là encore, le facteur déclencheur est donc la mise en doute des discours politiques.

On peut ajouter, d'ailleurs, que pour commenter la vie quotidienne et la marche du monde, ce sont bien les personnalités politiques, de majorité comme d'opposition, auxquelles on donne spontanément la parole le plus régulièrement, tout comme ce sont elles qui monopolisent grandement les interviews et invitations des médias, dans des démocraties rythmées par l'enchaînement des échéances électorales et des multiples campagnes qui les précèdent. La matière foisonnante et la nature des propos échangés sur le terrain politique ont donc très vite, dans le monde entier, fait se concentrer principalement le nouvel exercice de vérification mis en œuvre par les journalistes sur la politique.

À l'évidence, les rédactions se sont inspirées – plus ou moins consciemment – de l'exercice d'abord conduit aux États-Unis (même si elles peuvent s'en défendre). D'autant qu'il n'y est probablement pas né sans raison, puisqu'il est fortement connoté par le contexte anglo-saxon, où la notion de contre-pouvoir est inscrite historiquement et culturellement comme composante nécessaire de la démocratie et où un délit de parjure peut être invoqué à l'encontre des responsables politiques menteurs.

Toutefois, les motivations des rédactions qui ont choisi de faire du fact-checking en général et du fact-checking politique en particulier aux alentours des années 2000 nous semblent résider également dans un autre phénomène, partagé dans le monde des médias de l'ensemble des économies développées, à savoir le triple contexte des

crises structurelle, conjoncturelle et éditoriale de la presse. Nous n’y reviendrons pas ici, puisque nous les avons toutes développées plus haut (chapitre 2) ; mais nous allons chercher ici à clarifier ce lien.

En effet, compte-tenu de ces contextes et de la crise de crédibilité des médias vis-à-vis des citoyens, ainsi que du recul de la fonction de vérification au sein des rédactions, faute d’effectifs suffisants et du fait de l’accélération et de la multiplication des flux, il ne fait guère de doute que certains professionnels ont perçu dans le fact-checking politique un outil susceptible de renouer avec la confiance des lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et internautes.

Car, tout d’abord, même s’il ne s’agissait pas de pratiquer un fact-checking identique à celui qui prévalait dans la rédaction de *Time* depuis le début du XX^e siècle, apporter la contradiction, dans des rubriques dédiées, à l’ensemble du personnel politique pouvait vite devenir un créneau porteur pour l’audience et la viralité des contenus sur Internet notamment.

Plusieurs explications peuvent ainsi renforcer ce choix : tel que l’avaient initié *PolitiFact.com* et *The Fact Checker* aux États-Unis, cet exercice comporte à la fois une dimension de sérieux et une autre, plus ludique, qui ont contribué à en faire des contenus particulièrement efficaces pour toucher le public. La première dimension est liée à l’obligation de livrer une démonstration factuelle extrêmement solide lorsque l’on contredit publiquement une personnalité. De ce point de vue, le sérieux des démarches des premiers sites de fact-checking, dont l’un est adossé à une fondation qui garantit la transparence de ses financements et un autre lié à un quotidien de référence (*Washington Post*), a largement été démontré. D’autant que *PolitiFact.com* a même été récompensé d’un prix Pulitzer, en 2009, nous l’avons dit.

La seconde dimension a, dans le même temps, été largement prouvée, puisque la notoriété des évaluations du degré de véracité ou de mensonge de chaque assertion vérifiée est également reliée à leur expression graphique. Les cadrans aux airs de détecteurs de mensonge de *PolitiFact.com* s’enflamment lorsque l’on est en présence d’un mensonge éhonté, tandis que les célèbres Pinocchios du « Fact-Checker » se démultiplient de un à quatre en fonction du crédit à accorder ou retirer à la phrase vérifiée.

Cela aussi, cette tendance à vouloir rendre ludique une matière politique généralement traitée avec le plus grand sérieux dans les rédactions, a été repris en France par les pionniers (*Libération*, *Le Monde*), comme par les autres ensuite. L'objectif est au moins quadruple : dédramatiser la notion de verdict, lorsqu'il s'agit d'apposer le sceau « totalement faux » sur une déclaration ministérielle par exemple ; accompagner et rendre plus accessible la matière aride des articles de vérification, qui agglomèrent souvent de très nombreuses données factuelles et/ou chiffrées ; servir d'illustration à des articles généralement pas faciles à accompagner judicieusement d'une image ; et enfin adopter des codes plus en phase avec les utilisateurs d'Internet et des réseaux sociaux, qui pour une part sont des codes « générationnels » pratiqués par les jeunes journalistes des rédactions web.

Il ne faut pas oublier, en effet, que l'ensemble de ces créations de rubriques de fact-checking sont le fait de journalistes, tantôt expérimentés et qui ont créé des médias *pure-players* autour du fact-checking (notamment aux États-Unis), tantôt très jeunes et qui, au sein des services web dans lesquels ils ont été recrutés, ont voulu tester un nouveau format rédactionnel. Le fact-checking est alors apparu comme particulièrement en phase avec la notion de grand laboratoire que représente toujours le web pour les médias traditionnels, comme avec leur culture et leur expérience, qui les rendaient moins enclins à un journalisme révérencieux.

À propos de ce dernier point, il est notable que le processus décisionnel qui a conduit à la création de la plupart des formats de fact-checking politique en France n'a pas été un processus classique, parti de la rédaction en chef pour parvenir ensuite aux services. Comme nous l'avons mentionné, en évoquant une présence progressive du fact-checking sur des blogs hébergés puis sur les véritables sites des médias, la vérification des assertions s'est d'abord construite dans les services, avant que les rédactions en chef ne conviennent qu'elles étaient susceptibles de prendre de l'ampleur et d'être « adoubees » véritablement par la rédaction, avec des bémols d'ailleurs, notamment du côté des services politiques nous l'avons dit.

Les journalistes qui ont porté, en France, l'éclosion du fact-checking politique, l'ont donc fait à la fois en marge de l'échelle décisionnelle classique, en marge de leurs attributions ordinaires et un peu aussi en marge des médias traditionnels, sur des

blogs puis des sites Internet. Mais ils l'ont fait dans une période au cours de laquelle le journalisme est si mal en point économiquement et éditorialement qu'ils ont pu progressivement l'installer parmi les initiatives intéressantes pour regagner la confiance du public. Les rédactions pionnières se sont alors laissées convaincre car le droit à l'erreur est mieux accepté dans la version Internet des médias traditionnels et également parce que les journalistes en pointe sur le fact-checking en France ont commencé à le produire à moyens constants, sans recrutements ni investissements.

Ainsi, débarrassés de poids institutionnels, hiérarchiques et économiques, sans parler du poids d'un certain nombre d'habitus journalistiques propres au mode de travail des services politiques (réseaux, relations étroites, mondanités, renvois d'ascenseur, etc.), les fact-checkeurs ont installé dans les rédactions une pratique exogène, par ailleurs en phase avec leurs idéaux journalistiques. Si bien que chez la plupart des professionnels que nous avons interrogés, les discours expriment le point de vue de journalistes qui, las de se sentir eux-mêmes trompés, ont en quelque sorte repris la main dans la relation parfois conflictuelle qu'entretiennent les rédactions par rapport aux politiques.

Plus loin des intérêts politiques, plus près des intérêts des citoyens, le fact-checking se positionne alors, à la fin des années 2000 en France, comme un outil propre à redorer le blason des médias auprès de leurs publics. Ses promoteurs vont s'appuyer également, pour se rendre visibles, sur des techniques de communication aussi inédites (pour des formats journalistiques) qu'efficaces. Celles-ci vont non seulement permettre de diffuser leur travail, mais aussi de renforcer l'image de leur média d'origine grâce à la forte crédibilité de journalisme de vérification. Ces médias ont d'ailleurs vite perçu ce potentiel communicationnel, laissant se développer des véritables marques de fact-checking, en particulier à *Libération* et au *Monde* : respectivement « Désintox » et « Les Décodeurs ».

Ces deux exemples sont caractéristiques de la mise en avant des contenus de fact-checking par les rédactions. Elles vont en effet d'abord laisser les journalistes fact-checkeurs tester puis rassembler ces formats de vérification au sein de blogs dédiés, hébergés sur leur site. Cette première étape a lieu en novembre 2008 pour « Désintox » et à l'automne suivant pour « Les Décodeurs ». Puis, alors que le phénomène prend de l'ampleur, elles vont transférer ce travail en bonne place sur leur

propre site. En septembre 2013, « Désintox », devient une rubrique sur le site *Liberation.fr* et dispose même, à compter de septembre 2015, d'un bouton spécifique, dans le menu simplifié, pour accéder à ses contenus. Le 10 mars 2014, « Les Décodeurs », eux, deviennent une chaîne sur le site *Lemonde.fr* et devraient figurer en bonne place dans la nouvelle mouture du site en cours de conception en 2017.

Quoi qu'il en soit, dans les deux cas – ce qui est encore plus rare pour des formats journalistiques émergents – ces deux « rubriques » sont parées d'autres atours propres à faire parler d'elles comme de véritables marques : des logos et comptes de réseaux sociaux qui leur donnent un accès direct pour communiquer et échanger, en tant que rédaction à l'intérieur de la rédaction, avec le public.

Pour « Désintox » le compte *Twitter* @LibeDesintox rassemble à lui seul, en septembre 2017, près de 45 000 abonnés et a déjà permis la diffusion de près de 10 000 tweets ; la page *Facebook* @DesintoxLiberation (Désintox – Arte – Libération) compte près de 48 000 suiveurs. Quant aux « Décodeurs », ils disposent également d'un compte *Twitter* @decodeurs (102 000 abonnés pour 12 500 tweets en septembre 2017), d'une page *Facebook* @lesdecodeurs, que suivent plus de 109 000 abonnés, et même d'un compte *Snapchat*, depuis septembre 2016. Enfin, pour ce qui est de l'identité visuelle, elle est plus particulièrement travaillée et soignée pour les publications des « Décodeurs », qui disposent toujours, sur l'ensemble des médias utilisés, d'un même logo multicolore qui permet d'en identifier facilement les contenus.

Tout cela pourrait sembler anecdotique, mais relève au contraire d'une forme d'énonciation éditoriale relativement inhabituelle pour un type d'articles journalistiques donné, a fortiori lorsqu'ils sont produits par des médias historiques. Les articles de fact-checking, en réalité, connaissent un sort tout à fait particulier, qui les fait passer de productions marginales auxquelles on accorde une place sur un simple blog hébergé à productions particulièrement valorisées, aptes non seulement à figurer en bonne place sur les supports – en particulier numériques – de ces médias, mais également à disposer d'outils et d'habillages spécifiques pour promouvoir en leur nom propre leurs contenus. En ce sens il nous semble possible d'avancer que le fact-checking a rapidement été perçu par les hiérarchies des médias comme un type d'article susceptible de susciter l'intérêt auprès du grand public.

Cela expliquerait pourquoi elles ont laissé les journalistes en charge de ces rubriques développer une offre relativement dissonante sur le fond et beaucoup plus « marketée » que la moyenne des offres éditoriales de leur publication. Car il nous semble également possible, à ce stade, de parler d'un véritable travail marketing autour de ces articles, même si, pour une part, cela ne fait que correspondre à la manière de communiquer des jeunes générations de journalistes et de leur public sur Internet. Force est de constater que même des rédactions de médias historiques comme *Libération*, *Le Monde* et d'autres ont laissé la voie libre à cette communication inhabituelle pour de simples rubriques. Jean-Philippe Balasse, responsable de la chronique « Le Vrai-Faux de l'Info » et ancien directeur adjoint de la rédaction d'*Europe 1* reconnaît une part de cette stratégie derrière ce phénomène :

*« Bien sûr que dans le fact-checking il y a un aspect cosmétique. Nous faisons tous de la vérification, même s'il y a là un exercice à part. L'aspect marketing ne fait aucun doute, bien sûr. Mais le journalisme ce n'est que ça ; la forme compte autant que le fond. »*²⁹²

Probablement, d'ailleurs, qu'il ne s'agissait précisément pas, aux yeux de ces médias, de créer de simples rubriques mais des formats propres à avoir un impact positif sur l'ensemble de leur média d'origine. On peut donc affirmer que les contenus et les marques de fact-checking ont été investies par des attentes en termes de reconquête de la confiance des lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et, en l'occurrence, tout particulièrement des internautes. Il ne s'agit pas de faire du fact-checking l'argument principal de cette reconquête, mais plutôt un aspect clé d'une stratégie de reconquête plus large. Et force est de constater qu'à *Libération*, par exemple, selon les propos de Baptiste Bouthier, « Désintox » est « *une preuve de marketing éditorial, une des rubriques phare citées par les lecteurs, qui en redemandent, une des trois marques les plus souvent associées au journal et qui est même devenue synonyme de fact-checking* »²⁹³.

Afficher la pratique du fact-checking et de ses marques, rendre plus visible que la moyenne des contenus de ce travail singulier de contradiction apportée à la parole

²⁹² Entretien réalisé le 31 juillet 2015.

²⁹³ Entretien réalisé le 30 juillet 2015.

politique s'apparente, par certains aspects, à l'affichage d'une sorte de label : « *Dans notre média, nous travaillons sans connivence et nous vérifions l'information et apportons la contradiction.* » Un tel label met d'ailleurs en avant des valeurs et pratiques fondamentales du journalisme, celles qu'il est reproché aux médias de ne plus suffisamment mettre en œuvre justement. À ce propos, nous pourrions même parler de label de qualité, comme il en existe dans beaucoup d'autres domaines. Le fact-checking de vérification intégrale des contenus des médias, celui des origines, était d'ailleurs nommé « *contrôle qualité* » par le journaliste spécialiste de l'enquête Mark Lee Hunter²⁹⁴.

Les expressions utilisées par les uns et les autres à ce sujet sont relativement variées, mais traduisent assez largement la même idée. « *Ce format nouveau est un élément de la stratégie numérique, d'audience, de lectorat ; la direction avait besoin d'un projet pour communiquer* », constate Alexandre Pouchard pour « Les Décodeurs » du Monde. Pour son collègue du service politique, Nicolas Chapuis, « *c'est une création originale, une marque que beaucoup connaissent, ne serait-ce que dans les écoles de journalisme, et qui participe de la crédibilité du Monde ; tout choix éditorial est possible s'il y a des retombées possibles* »²⁹⁵. « *Le terme « fact-checking » lui-même répond à un côté promotionnel et marketing* », selon Corentin Dautreppe²⁹⁶, cofondateur de *Lui Président*, aujourd'hui journaliste à l'AFP. Tandis que Laurent Guimier reconnaît que l'appellation « Détecteur de mensonges », qu'il a souhaité utiliser au JDD est « *assez provocatrice et de l'ordre de la concession marketing* »²⁹⁷ là encore.

Les journalistes des médias de l'audiovisuel public n'hésitent d'ailleurs pas, eux non plus, à utiliser un vocabulaire et des expressions liés à la valorisation marchande des contenus de vérification. « *Toute rubrique de média a un côté marketing*, affirme ainsi Clément Parrot, aujourd'hui salarié du site *France Info*. *Ce n'est pas la seule motivation toutefois.* « *Les Vérificateurs* » (qui ont officié dans l'émission « Des

²⁹⁴ HUNTER Mark Lee, *L'enquête par hypothèse, Manuel du journaliste d'investigation, op. cit.*, p. 72

²⁹⁵ Entretien réalisé le 8 juillet 2016.

²⁹⁶ Entretien réalisé le 10 février 2016.

²⁹⁷ Entretien réalisé le 23 septembre 2015.

paroles et des actes » sur *France 2*) *auraient pu continuer en coulisses. Mais quand on met les moyens, on le dit.* »²⁹⁸ Antonin Lhôte, qui œuvre au sein de la cellule « Nouvelles Écritures » de *France TV* et promeut ainsi de nouveaux formats de fact-checking vidéo évoque la nécessité de « *créditer, certifier, tracer l'information puis la mettre en scène pour lui redonner de la valeur, un peu comme pour la viande* »²⁹⁹. Au « 20 Heures » de *France 2*, Damien Brunon parle, lui, de « *la volonté manifeste et assumée de marketer le JT avec des noms comme « L'Œil du 20 Heures », des génériques, des produits, à l'instar de ce que produit « Le Petit Journal » de Canal+* »³⁰⁰. Son supérieur hiérarchique, Hugo Plagnard, lui aussi se dit « *fier d'avoir créé des marques dans le « 20 Heures », car c'est aussi ce qui le distingue de la concurrence* »³⁰¹. Et, pour l'antenne radio de *France Info*, Gérald Roux, fondateur de la chronique « Le Vrai du Faux », indique : « *On met en exergue un truc qu'on doit faire, dans une nouvelle présentation, un repackaging.* »³⁰²

Les entreprises médiatiques ont intérêt, sans aucun doute, à se prévaloir de l'existence de telles procédures de vérification dans leurs rédactions, même si celles-ci correspondent aujourd'hui à une toute autre réalité que la scrutation attentive de tous les contenus. L'appellation « fact-checking » subsiste, la crédibilité de cette pratique aussi ; et quelle que soit la réalité des rédactions aujourd'hui, en termes d'effectifs et de moyens, pouvoir se prévaloir d'un travail de fact-checking reste un avantage concurrentiel potentiel, fut-il circonscrit à la vérification de citations politiques. À la tête de « Désintox », Cédric Mathiot l'indique clairement, même s'il regrette que, paradoxalement, sa propre rédaction, pourtant pionnière, n'ait pas pris toute la mesure de cet enjeu :

« « Désintox » est une vraie marque à Libé, mais elle a plusieurs fois été sauvée uniquement parce que Arte a souhaité conclure un partenariat avec nous et a ainsi permis de financer des postes. Nous devons désormais

²⁹⁸ Entretien réalisé le 23 février 2016.

²⁹⁹ Entretien réalisé le 9 septembre 2016.

³⁰⁰ Entretien réalisé le 2 avril 2016.

³⁰¹ Entretien réalisé le 8 juillet 2016.

³⁰² Entretien réalisé le 21 octobre 2015.

trouver un autre modèle économique pour vendre ces contenus. (...) Cela reste un espace pas cher, facile à identifier, qui fabrique de la valeur ajoutée à moindre coût. La logique voudrait qu'on le développe car c'est un plus pour le lecteur. On est dans le marketing d'un espace éditorial identifié. Ce fact-checking serait dilué dans le corps d'un papier, avec le même travail de vérif', il serait invisible. »³⁰³

Le phénomène que nous avons pu observer dans les rédactions nous incite à penser, en outre, que le fact-checking moderne ou fact-checking strictement politique s'est progressivement imposé dans certaines rédactions parce qu'il rendait compatible une pratique liée aux fondamentaux et aux idéaux de la profession avec des budgets contraints et des moyens en berne dans les médias. Et, ensuite seulement, alors qu'il a su faire parler de lui en tant que pratique nouvelle et aux contenus particulièrement viraux, il est devenu un argument marketing dont se sont saisies et continuent de se saisir les rédactions en chef et directions. Maxime Vaudano, au *Monde* après son expérience avec *Lui Président*, le décrit très bien :

« Cyniquement, d'un point de vue de communication externe, c'est plus efficace de mettre cinq personnes aux « Décodeurs » et s'assurer de faire partie des buzzwords, plutôt que de recruter dix SR, ce serait moins tangible. »³⁰⁴

Et ses propos sont corroborés au *Journal du Dimanche*, où Vivien Vergnaud ajoute :

« Certainement qu'il y a une part de marketing dans le fact-checking qui nous permet de nous adapter aux moyens dont on dispose. C'est moins cher de faire du fact-checking et de le promouvoir que de faire du reportage. »³⁰⁵

Dans leur recherche-action inédite sur la compréhension des mécanismes d'innovation dans le journalisme, Lucas Graves, Brendan Nyhan et Jason Reifler se sont intéressés, entre 2014 et 2016, aux motivations qui conduisent à produire du

³⁰³ Entretien réalisé le 13 novembre 2015.

³⁰⁴ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

³⁰⁵ Entretien réalisé le 5 avril 2016.

fact-checking. Leurs conclusions confirment la primauté accordée aux valeurs sur celle accordée à la demande des citoyens. Ils écrivent :

*« Pourquoi les journalistes fact-checkent ? Dans notre article, qui résume la première expérience de terrain en la matière, nous trouvons des preuves convaincantes que le fact-checking se propage principalement parce qu'il se réfère aux valeurs professionnelles et aux préoccupations de statut des journalistes. Quand les journalistes politiques des journaux américains se voient rappeler que le fact-checking est une activité prestigieuse qui défend les idéaux de leur profession, nous observons une augmentation significative du recours ultérieur au fact-checking. Le rappel de l'intérêt du public pour cette pratique a des effets bien plus modestes. »*³⁰⁶

Cette étude, bien que conduite auprès d'environ 1 700 journalistes de 82 journaux tirant chacun à plus de 100 000 exemplaires, ne prétend toutefois pas éclaircir toutes les motivations des rédactions à proposer des formats de fact-checking. Ses auteurs prennent d'ailleurs soin d'évoquer la nécessité d'études complémentaires. Et à propos du critère de la demande du public (« *demand side* »), qu'ils ne souhaitent pas minimiser face à celui de l'offre (« *supply side* »), ils ajoutent :

*« Il est également possible que les messages axés sur la demande soient plus efficaces que ceux liés à l'offre avec des groupes particuliers de journalistes ou dans certains contextes internes, par exemple convaincre une publication ou un éditeur d'adopter le format. »*³⁰⁷

Compte tenu de ce que nous avons énoncé plus haut, il est intéressant de noter que la seule étude sur les motivations qui conduisent les rédactions à adopter ce format de vérification ne conclut pas de manière définitive à l'absence de lien entre les aspects

³⁰⁶ « *Why do journalists fact-check? In this article, the first field experiment of its kind, we find compelling evidence that fact-checking spreads primarily because it appeals to the professional values and status concerns of journalists. When political reporters at U.S. newspapers are reminded that fact-checking is a prestigious activity that upholds the ideals of their profession, we observe a significant increase in subsequent fact-checking coverage. Reminders of audience interest in the practice have more modest effects.* »

GRAVES Lucas, NYHAN Brendan, REIFLER Jason, « Understanding Innovations in Journalistic Practice: A Field Experiment Examining Motivations for Fact-Checking », *Journal Of Communication*, op. cit., p. 121

³⁰⁷ « *It is also possible that messages focused on demand would be more effective than those relating to supply issues with particular groups of journalists or in certain internal contexts—for instance, convincing a publisher or editor to embrace the format.* »
Ibid., p. 124

commerciaux et le fact-checking. Cela conforte en effet notre hypothèse selon laquelle la naissance des rubriques et des formats de fact-checking au sein des médias français a bien eu lieu en deux temps.

Le temps de l'offre tout d'abord, quand de jeunes journalistes enclins à faire vivre leurs idéaux journalistiques au sein des rédactions ont pris la main pour créer, un peu dans leur coin, dans les services web des médias traditionnels, où ils exercent majoritairement, ces rubriques de fact-checking. Puis le temps de la demande, quand leur hiérarchie s'est préoccupée de rapatrier ces contenus qui vivaient sur des blogs dédiés afin de les mettre en avant et de les valoriser auprès d'un public qui a semblé sensible à ce travail journalistique. Ils ont alors disposé de davantage de moyens et de marges de manœuvre éditoriales pour continuer à proposer des contenus spécifiques, plus clairement labellisés pour ne pas dire marketés afin de séduire une cible spécifique. Deux catégories de journalistes aux motivations complémentaires ont donc concouru à l'émergence de ce fact-checking en France, dont, partant, on ne peut ignorer la dimension de « produit d'appel » au sein des médias.

Cette double motivation en faveur de l'émergence de ces formats de vérification transparait d'ailleurs assez largement dans les propos des journalistes qui y officient. Nous avons ainsi retenu l'analyse de Samuel Laurent, du *Monde* : « *C'est monté très fort, à un moment, la critique du journalisme ; il y avait dans le fact-checking un côté un peu « rachetons les fautes » je pense. (...) Là, on est dans une tentative de dire « regardez, nous, la presse, on sait faire ça, c'est notre métier ».* »³⁰⁸ À *Europe 1*, Kim Biegatch avance, elle : « *Les médias ont été tellement critiqués pour des questions de collusion ou le n'importe quoi, que je pense que, pour l'antenne, c'est important d'afficher et de mettre en avant ce travail de vérification.* »³⁰⁹ Nicolas Iommi, journaliste de *France Info* (web), avance une explication proche : « *Peut-être que tout ça est né pour re-montrer aux gens qu'on fait notre métier, pour répondre à cette défiance du public face aux journalistes.* »³¹⁰ Et tous rejoignent le point de vue d'Antoine Krempf, également à *France Info* (radio) : « *Le fact-checking est peut-être*

³⁰⁸ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

³⁰⁹ Entretien réalisé le 23 octobre 2015.

³¹⁰ Entretien réalisé le 22 avril 2016.

un affichage à la mode. (...) Ça met en valeur un travail journalistique de qualité. Il y a ce côté étendard du « on est sérieux ». »³¹¹

Ce quasi consensus autour du « produit d'appel » que constitueraient les formats de vérification nous invite à évoquer le fact-checking en termes de processus de vérification ostentatoire destiné à créer, de fait, une sorte de label pour le travail de l'ensemble des rédactions concernées. Le linguiste Alain Rabatel voit d'ailleurs dans « Désintox » le symptôme « *d'un mouvement professionnel et citoyen pour regagner des marges de liberté par rapport au monde politique, notamment dans les sociétés occidentales nord-américaines et européennes* »³¹². Il n'en demeure pas moins que cet exercice journalistique nouveau, quelles que soient les motivations qui conduisent à le produire, s'avère critiquable sur de nombreux points et qu'il suscite, d'ailleurs, d'innombrables prises de position à son encontre. Pratique innovante et véritable genre journalistique nouveau pour les uns, qui relèvent de codes et modes de fonctionnement propres, le fact-checking est aussi, pour d'autres, une pratique qui n'a pas lieu de s'exprimer dans des formats autonomes, d'autant qu'elle présente de nombreuses imperfections. C'est ce que nous allons désormais explorer.

³¹¹ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

³¹² RABATEL Alain, « La rubrique « Désintox » de *Libération* : nouvelle rubrique, nouveau genre ou nouvelle pratique journalistique ? », in MONTE Michel et PHILIPPE Gilles (dir.), *Genres & Textes. Déterminations, évolutions, confrontations. Études offertes à Jean-Michel Adam*, Presses universitaires de Lyon, coll. Textes & Langue, 2014, p. 114

CHAPITRE 6. UN GENRE JOURNALISTIQUE CONTESTABLE ET CONTESTE

6.1. Le fact-checking peut-il être un genre journalistique ?

6.1.1. Les médias le pratiquent et l'affichent comme tel

Si elle répond, par certains aspects, à des critères de marketing, l'élaboration des articles et chroniques de fact-checking nous semble surtout s'inscrire dans un cadre qui s'apparente à ce que l'on nomme « genre journalistique ». Les discours des acteurs, sur ce point, n'est pas unanime ; nous y reviendrons. Toutefois, que ce soit par les nombreuses caractéristiques d'écriture et de construction des articles et chroniques que nous avons relevées et qui ne doivent manifestement rien au hasard, ou bien compte-tenu de la définition même du terme « genre », il nous semble pertinent de pointer la manière dont ces contenus ont fait leur place, aujourd'hui, au milieu des autres productions journalistiques. En effet, cette situation n'est pas seulement une question de classification des productions, mais rejoint, bien au-delà, la question de la pertinence et de la légitimité même de cet exercice de vérification.

Le genre, toutes disciplines confondues, aurait un « *caractère opérationnel* », selon le linguiste russe Mikhaïl Bakhtine, cité par Roselyne Ringoot : il permet « *la compréhension anticipée de l'intention, du contenu, du format, de la structure et de la globalité de l'énoncé* »³¹³. En matière de journalisme, cette notion de genre est apparue très tôt afin d'établir un socle commun de règles d'élaboration des articles de presse et de pouvoir les enseigner aux professionnels et futurs professionnels. Certes, au début du XX^e siècle, le talent individuel d'écriture reste une qualité parmi les plus valorisées chez les journalistes, encore, souvent, très liés au monde de la littérature. Ce n'est que dans la seconde moitié du XX^e siècle et à la faveur d'un processus de professionnalisation que des manuels pratiques vont catégoriser les produits

³¹³ RINGOOT Roselyne, *Analyser le discours de presse*, Armand Colin, coll. Icom, 2014, p. 13

journalistiques en genres. Mais, selon Roselyne Ringoot et Jean-Michel Utard, il ne s'agira là que d'une « *catégorisation peu catégorique* » :

« Le genre va déterminer en amont le processus de production (modalités de recueil de l'information, temps passé) et en aval le type d'écriture. (...) D'autres catégories comme la « rubrique » ou les « formats » ont des effets structurants plus forts que les genres. Et la régulation entre ces cadres de formatage et la singularité de l'énonciation de chaque journaliste renvoie à une éthique de la relation au lecteur plus qu'à une technique d'écriture. »³¹⁴

« Genre », « rubrique », « format »... Ces appellations semblent parfois utilisées indifféremment par les journalistes en charge des articles et chroniques de fact-checking que nous avons rencontrés.

Pourtant, si le genre détermine en amont le processus de production et en aval le type d'écriture, comme le mentionne la description ci-dessus, il nous semble possible de considérer techniquement le fact-checking en tant que genre journalistique, au même titre que le portrait, le reportage, l'interview, etc.

Nous serions alors contredits par le linguiste Alain Rabatel, qui s'est intéressé, au cours de ses travaux de recherche, à la rubrique « Désintox » de *Libération* à travers cette question : « *nouvelle rubrique, nouveau genre ou nouvelle pratique journalistique ?* » Selon, lui, le fact-checking est indubitablement une pratique émergente qu'il nomme « *d'épinglage journalistique* », importée des États-Unis, mais ne constitue pas à proprement parler un genre. Puisque les articles de « Désintox » ont un régime de publication discontinu (dans la presse écrite en tout cas) et un nombre relativement limité d'auteurs, il ne peut s'agir d'un genre. Il voit en effet dans le genre, « *une pratique fortement socialisée, reposant sur des locuteurs plus ou moins nombreux* »³¹⁵.

Sur ce dernier point, compte-tenu de la multiplication des acteurs qui produisent, ces dernières années, des articles et chroniques de fact-checking partout dans le monde et

³¹⁴ RINGOOT Roselyne et UTARD Jean-Michel (dir.), *Les genres journalistiques : savoirs et savoir-faire*, L'Harmattan, coll. Communication et Civilisation, 2009, p. 14-15

³¹⁵ RABATEL Alain, La rubrique « Désintox » de *Libération* : nouvelle rubrique, nouveau genre ou nouvelle pratique journalistique ? *Genres & Textes. Déterminations, évolutions, confrontations. Études offertes à Jean-Michel Adam*, Presses universitaires de Lyon, coll. Textes & Langue, 2014, p. 111

notamment en France, il est désormais possible de mettre en doute la conclusion d'Alain Rabatel. D'autant que des articles et chroniques de vérification sont produits par toujours plus de médias, y compris parmi ceux qui ne possèdent ni équipe, ni rubrique dédiées. De même, le caractère discontinu des publications est avéré en presse écrite, certes, mais pas du tout dans les médias audiovisuels qui revendiquent la diffusion de chroniques de fact-checking. En revanche, nous pourrions reprendre, pour analyser les autres aspects de sa démonstration, la liste de critères qui, selon lui, président à l'émergence et à la formation de nouveaux genres : la dimension thématique, la dimension spatiale et typographique, les dimensions énonciative et argumentative, et la dimension compositionnelle notamment.

La dimension thématique s'avère aisée à déterminer puisque concentrée sur le mensonge et les contre-vérités, tout particulièrement ceux que diffusent les hommes politiques. La dimension spatiale et typographique, que ce soit dans les versions imprimées ou web des médias concernés, ne fait guère de doute non plus tant l'identité des rubriques et chroniques en question est travaillée. La dimension énonciative et argumentative – nous le verrons plus loin à travers notre étude des contenus et une tentative de classification – implique des schémas très caractéristiques pour confronter l'intox à des faits vérifiés. Enfin, la dimension compositionnelle semble faire intervenir des paramètres trop variables pour caractériser un genre (longueurs très aléatoires par exemple). Mais, finalement, si, pris isolément, ces paramètres ne sont pas déterminants, « *leur combinaison fait sens* », reconnaît le linguiste.

En réalité, par bien d'autres aspects encore, le fact-checking s'apparente à un véritable genre journalistique. Ainsi, il est aujourd'hui enseigné dans plusieurs écoles de journalisme reconnues par la Commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes (CFJ, EPJT, etc.), tantôt par des enseignants, tantôt par des professionnels issus des rangs des fact-checkeurs, dans le cadre de sessions pratiques. Cet enseignement a nécessité une théorisation de cette pratique, une formalisation, une rationalisation en vue de la transmission de quelques procédures opératoires. Il contribue ainsi à normaliser cette pratique journalistique auprès d'un public de futurs professionnels, sachant que, déjà, au cours des années passées, cette normalisation s'était construite, de manière non concertée, par une sorte d'homogénéisation des

pratiques – tout du moins en presse écrite – sur le modèle des sites pionniers étatsuniens.

De plus, il s'avère relativement aisé de trouver au fact-checking une place au sein des différentes typologies de genres journalistiques proposés par les manuels. Pour reprendre les classifications généralement retenues, il s'agit notamment d'un genre dit « d'information » et non pas d'un genre « de commentaire ». Entendez par là qu'il s'apparente plus évidemment à l'enquête, la brève, le compte rendu ou l'article d'information qu'à l'éditorial, le billet ou la critique pour ne mentionner que ces exemples caractéristiques. Et il recouvre les caractéristiques plus proches du « *journalisme assis* » que du « *journalisme de terrain* », ainsi que les présente Jacques Mouriquand dans une définition liée à la sociologie du journalisme, qui évoque aussi, par ailleurs, ce qu'il appelle des « *trucs* », pour parler de « *la création de nouveaux moyens de déclinaison de l'information au service à la fois de la maquette du journal et d'une couverture astucieuse du fond de l'information* »³¹⁶. Le fact-checking est sans ambiguïté davantage que l'un de ces « *trucs* » astucieux sans autre fondement que leur praticité et leurs atouts visuels : il dispose de ses propres manières de faire et de ses propres manières de dire l'information.

Pour autant, il ne recouvre pas toutes les caractéristiques du journalisme « assis », tel que défini par Érik Neveu – « *un journalisme plus orienté vers le traitement d'une information qu'il n'a pas collectée lui-même* »³¹⁷. Il s'apparente davantage à un journalisme « assis » au sens de journalisme de desk, tel que pratiqué grâce à l'usage intensif des ressources en ligne et d'Internet, permettant d'allier travail sédentaire et quête d'informations sur le « terrain numérique ». Mais il est bien à mi-chemin entre le *processor* et le *gatherer*, les deux expressions anglaises qu'utilise Tunstall³¹⁸ tout en constatant, d'ailleurs, leur affadissement progressif à la faveur des restructurations des rédactions (baisses des effectifs). Il compterait, selon une autre classification opérée par Roselyne Ringoot et Yvon Rochard, parmi « *les genres dépersonnalisants* », c'est-à-dire « *les genres simulant la disparition de*

³¹⁶ MOURIQUAND Jacques, *L'écriture journalistique*, Paris, Presses universitaires de France, 1997, p. 81

³¹⁷ NEVEU Érik, *Sociologie du journalisme*, op. cit., p. 7

³¹⁸ TUNSTALL Jeremy, *Journalists at Work*, Londres, Constable & Robinson, 1971, 304 p.

l'énonciateur, (...) mettant le lecteur en prise directe avec l'information traitée d'un point de vue utilitaire, débarrassée des appareils du réalisme de terrain ou des méandres du commentaire »³¹⁹. Et le fact-checking se distinguerait ainsi des genres « *corporalisants* » (mise en scène du journaliste, l'avoir été là) et des genres « *caractérisants* » (image de soi du locuteur, l'être là), qui regroupent respectivement l'interview et le reportage, puis l'éditorial et l'analyse par exemple.

Il faut reconnaître, en revanche, que le fact-checking ne dispose pas (encore), en France, à l'instar d'autres genres comme le reportage ou l'interview, d'une réelle dimension publique, faute d'être désigné ainsi par les médias francophones et faute de disposer d'une traduction suffisamment originale et partagée. Mais d'une part, cette appellation fact-checking est en train d'essaimer rapidement dans l'univers médiatique et est utilisée telle quelle par la communauté des journalistes ; d'autre part, des appellations alternatives, elles, ont déjà franchi la barrière du strict environnement professionnel pour se répandre dans l'espace public, comme le fameux « Désintox » de *Libération* : l'expression « articles de désintox » fait aujourd'hui partie des expressions usuelles pour désigner des articles de fact-checking. En ce sens et indirectement, donc, ces derniers rejoignent progressivement une autre particularité des genres, développée par Roselyne Ringoot, pour « *informer la façon de lire un journal* » :

« *Le genre se place alors à l'articulation de la production et de la réception du texte journalistique et désigne une configuration d'indices qui dessinent un cadre et ouvre un horizon d'attentes, contribuant ainsi à définir le journalisme. On glisse alors d'une conceptualisation fonctionnelle à une définition normative du genre.* »³²⁰

Par ailleurs, en ce qu'il évolue après avoir été créé il y a finalement peu de temps – à compter des années 2000 – le fact-checking correspond à une dernière particularité

³¹⁹ RINGOOT Roselyne, ROCHARD Yvon, « Proximité éditoriale : normes et usages des genres journalistiques », *Mots. Les langages du politique*, 2005, 77, p. 80

³²⁰ RINGOOT Roselyne et UTARD Jean-Michel (dir.), *Le journalisme en invention : nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Presses universitaires de Rennes, coll. Res Publica, 2006, p. 31

des genres journalistiques, telles que mentionnées par l’auteure sus-nommée : une sorte de « *malléabilité* » et une inscription dans un « *processus dynamique* »³²¹.

Aussi pouvons-nous envisager, à ce stade, de regarder et d’étudier les productions de vérification à l’aune des critères constitutifs des genres journalistiques et non pas seulement en tant que simple rubrique supplémentaire dans les médias qui en produisent. Certes, il va de soi que ces productions sont dans la plupart des cas étudiées ici, cantonnées dans un seul et même compartiment des quotidiens, sites internet, matinales de radio et journaux de télévision qui les diffusent. En cela, il faudrait parler de rubrique et donc, aussi, de service de fact-checking au sein des médias. Toutefois, comme l’a montré Érik Neveu, les rubriques rassemblent « *des spécialistes dédiés à un type d’information* », ce qui en fait « *un élément essentiel de la division du travail des journalistes* », « *un outil de perception et de découpage de la réalité* ». Cela conduirait même à un risque : « *multiplier au sein des rédactions des féodalités rivales, jalouses de leur territoire* ».³²²

Pourtant, bien que la question des féodalités et des rivalités qui en découlent parfois se pose indubitablement pour les fact-checkeurs (chapitre 5), celle de la spécialisation, propre à la plupart des autres rubriques (politique, économie, international, santé, sports, etc.), apparaît hors de propos lorsque l’on s’intéresse au travail des journalistes spécialistes de ces articles de vérification. D’abord, c’est un fait, tous définissent des rapports problématiques avec leurs confrères de la même rédaction en les désignant comme des « *rubricards* » qu’ils ne seraient donc pas eux-mêmes. Ils ont ainsi conscience de marcher sur les plates-bandes de spécialistes de nombreux domaines, étant eux-mêmes très généralistes dans leur approche de l’actualité. Et ils n’hésitent pas, quand les relations sont suffisamment cordiales pour le permettre, à s’enquérir de l’avis de leurs camarades rubricards pour ne pas commettre d’impairs dans le traitement de tel ou tel thème.

De plus, s’ils évoluent parfois au sein de services dédiés, les journalistes fact-checkeurs le doivent davantage à la spécificité de leurs méthodes de travail qu’aux spécialités des sujets qu’ils développent. Car, d’une part, nous l’avons dit, ils sont

³²¹ Roselyne et UTARD Jean-Michel (dir.), *Le journalisme en invention : nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, op. cit., p. 35

³²² NEVEU Érik, *Sociologie du journalisme*, op. cit., p. 48-49

généralistes dans leur approche de l'actualité ; d'autre part, ils mettent en œuvre des méthodes de travail (chapitre 7) propres au genre des articles et chroniques qu'ils produisent. S'il fallait du reste concéder que le fact-checking est tout autant une rubrique qu'un genre journalistique, nous le comparerions alors à certains autres genres qui, par commodité et par adaptation au séquençage éditorial de leur publication ou émission, sont également devenus des noms de rubrique. Les portraits de *Libération* sont un exemple typique de ce phénomène ; mais l'interview, le reportage ou l'enquête sont également, parfois, plus spécifiquement confiés à des cellules de quelques professionnels au sein de chaque média.

Quant au terme « format », qu'emploient plus aisément les professionnels fact-checkeurs, il nous semble davantage relever d'une alternative confortable à l'emploi du très connoté, défini et peut-être sacralisé terme « genre » que d'un usage réfléchi et fondé sur des bases académiques et/ou professionnelles. En effet, ce vocable « format » est tout aussi bien utilisé dans le journalisme sur Internet – avec, notamment, le long format et ses caractéristiques de narration longue – qu'en presse écrite papier pour faire référence à des notions d'imprimerie et que dans les médias audiovisuels où il désigne plus particulièrement un concept (format d'émission). Autrement dit, le format se réfère essentiellement au contexte de présentation de l'information concernée et aux caractéristiques technologiques de chacun des médias. Un format n'exclut pas, quoi qu'il en soit, le recours aux genres, mais peut s'avérer plus ou moins propice à l'utilisation de tel ou tel genre, en fonction de l'intention d'information des professionnels décisionnaires.

Nous pouvons citer à ce propos les différents journalistes du *Monde*. Pour Alexandre Pouchard, « *le fact-checking est un format particulier ; on peut dire genre journalistique mais en tout cas c'est un format très particulier, avec des codes précis, puisque plus ou moins tous sont faits de la même façon* »³²³. Nabil Wakim indique, lui, que « *le fact-checking est un format, il aide à faire arriver les lecteurs sur un sujet ; le vrai-faux est un format pour aller vers les lecteurs* »³²⁴. Quant à Samuel

³²³ Entretien réalisé le 18 décembre 2015.

³²⁴ Entretien réalisé le 23 octobre 2015.

Laurent, il répond fermement par la négative à l'assimilation du fact-checking à un genre journalistique, qu'il entend comme une critique de ceux qui voudraient opposer son travail avec le reste des pratiques journalistiques, en en faisant « un genre de journalisme » en quelque sorte. Mais, comme beaucoup d'autres journalistes, il accepte volontiers la comparaison des articles fact-checking avec le reportage ou l'interview :

« Pour moi c'est ça, c'est un outil en plus, un format en plus qui devrait être plus utilisé. Dans le journal on a des formats brèves, portraits, je ne sais quoi... Pourquoi pas un format fact-checking ? Il a ses codes. »³²⁵

À ce titre, ce dernier rejoint la confusion également présente dans le discours de Jean-Christophe Boulanger, président du Spiil (Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne) et fondateur de plusieurs médias qui ont produit ce travail de vérification :

« Ça se discute. Ça peut être un format utile, un format comme d'autres formats dans la palette de formats disponibles pour le journaliste... Comme il y a le format interview, le format... De là à en faire un genre... Vous allez me dire que l'interview est aussi un genre. À ce titre, oui, tout à fait, c'est un format utile parmi d'autres à la disposition des journalistes. Non, mais oui, tout à fait. »³²⁶

Autrement dit, les professionnels réfutent volontiers d'emblée le terme « genre » ou alors indiquent ne pas vraiment savoir s'il faut considérer leurs articles de vérification comme appartenant à un genre journalistique. Mais ils sont prêts à accepter de comparer le fact-checking au reportage, au portrait et à l'interview. Ils semblent donc mal maîtriser cette notion de « genre ». Surtout, ils se méfient simplement des vives critiques – auxquelles ils ont souvent dû répondre – de ceux qui les accusent de vouloir en faire un nouveau genre de journalisme. Si bien qu'il apparaît, au-delà de cette confusion entre les termes « format » et « genre », que le fact-checking est bien un exercice spécifique doté de ses propres codes, un objet nouveau dans la « palette » du journaliste.

³²⁵ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

³²⁶ Entretien réalisé le 4 avril 2016.

À *Libération*, Baptiste Bouthier évoque des « règles » et des « contraintes spécifiques »³²⁷, tandis que Cédric Mathiot parle d'« une approche, une appréhension du débat politique qui n'existait pas du tout il y a dix ans »³²⁸. À *France Télévisions*, Nicolas Iommi assimile le « fact-check » à l'interview, au reportage, etc. : « Comme, désormais tout le monde le fait, ça devient de fait un genre comme d'autres. »³²⁹ Corentin Dautreppe, à l'*AFP* après avoir co-fondé *Lui président*, préfère y voir « un mode journalistique, comme l'est le bâtonnage de dépêches, le long format, etc. »³³⁰

Ainsi le fact-checking, n'apparaît quasiment jamais spécifiquement adoubé en tant que « genre » dans la bouche des journalistes producteurs d'articles de vérification. Mais, en tant que produit discursif spécifique, il n'en apparaît pas moins multiplier les caractéristiques et marqueurs typiques de ce que sont les genres journalistiques et plus particulièrement des genres journalistiques disposant de leur propre rubrique. En amont – nous y reviendrons (chapitre 7) – il nécessite des modalités de recueil de l'information spécifiques. Et en aval, il met en œuvre un travail d'écriture qui lui est propre, un séquençage même, qui contient quasiment invariablement le rappel de la citation vérifiée et de son contexte, le « verdict » ou en tout cas le résultat de la recherche journalistique en termes de degré de véracité, ou encore le développement argumentatif et l'explication du cheminement qui a conduit à ce résultat. Le ton, quant à lui, se veut généralement neutre, même s'il s'agit là d'une règle parmi les plus contournées, en fonction des nécessités éditoriales et commerciales de chaque média diffuseur de fact-checking. Nous pensons ici à *Libération*, notamment, qui use de titres volontiers caustiques ou satiriques, plus incitatifs qu'informatifs, afin que « Désintox » s'inscrive dans le ton des autres rubriques.

Nous ne nous étendons pas ici sur le contenu des articles et chroniques de fact-checking, mais il est possible de mentionner que les journalistes investis de ce type de

³²⁷ Entretien réalisé le 30 juillet 2015.

³²⁸ Entretien réalisé le 13 novembre 2015.

³²⁹ Entretien réalisé le 22 avril 2016.

³³⁰ Entretien réalisé le 10 février 2016.

travail ont conscience de se référer à un modèle type comme à une sorte de canevas. C'est ce qu'explique notamment Baptiste Bouthier :

*« Tu fais d'abord l'intox, puis le désintox ; tu mets pas mal de contexte au début... Non, tu n'écris pas un « Désintox » comme t'écris un papier normal. »*³³¹

Le journaliste de *Libération* aborde ainsi un aspect également très présent en radio. Jean-Philippe Balasse, par exemple, décrit son propre *modus operandi* :

*« Mon cahier des charges est différent de celui de certains de mes camarades. Moi, on me demande de démarrer ma chronique avec « c'est vrai » ou « c'est faux ». C'est un truc dont j'ai hérité... (...) Et avec deux minutes, ça oblige à aller à l'essentiel. »*³³²

Ces modalités énonciatives s'accompagnent d'autres spécificités qui caractérisent chaque genre journalistique. Nous pourrions citer le type de rapport aux sources, particulièrement distancié par rapport à la plupart des autres genres, dans la mesure où les fact-checkeurs ne vont jamais à leur rencontre, ne les connaissent donc pratiquement jamais personnellement et n'ont recours, la plupart du temps, qu'à des éclairages d'experts ou de « rapporteurs » spécialistes. Il en va de même de la relation aux destinataires de l'information, puisque l'un des points communs entre les productions de vérification a trait à une volonté de donner accès à l'information via une écriture et une construction à vocation didactique et pédagogique. Sans parler ici plus avant d'autres critères développés plus loin, qu'il s'agisse des formes textuelles, des critères « médiologiques » (types de support), sémantiques (familles événementielles), formels (longueur) ou linguistiques (composition textuelle), etc. Toutefois, le pendant de cette capacité d'émancipation du fact-checking pour devenir un genre journalistique à part entière réside dans une difficulté à faire resurgir la crédibilité de son travail pointu de vérification sur l'ensemble des contenus du média qui le promeut. Plus inquiétant, même, le risque de décrédibiliser l'ensemble des contenus non soumis à ce travail spécifique du journalisme existe. Il est d'ailleurs pointé par les journalistes qui critiquent le plus sévèrement ce genre nouveau.

³³¹ Entretien réalisé le 30 juillet 2015.

³³² Entretien réalisé le 31 juillet 2015.

6.1.2. La décrédibilisation latente du reste des contenus

À la différence de ce qui se passe aux États-Unis avec les principaux médias de fact-checking, notamment *FactCheck.org* et *PolitiFact.com*, la quasi-totalité des opérations de vérification menées en France ne sont pas le fait de *pure-players* ni de médias « tiers », c'est-à-dire n'appartenant ni à des groupes de presse classique, ni à des organisations d'influenceurs politiques, sociétaux, économiques, environnementaux, des lobbies, des partis, etc. Au contraire, elles s'apparentent davantage à ce que propose le *Washington Post* : des rubriques spécialisées au sein d'un média national généraliste. Encore que le *Post*, lui, ait réussi à nouer et conserver des partenariats avec de nombreux autres médias, en particulier audiovisuels, et que ses fact-checkeurs soient souvent interviewés pour commenter leur travail, ce qui les placent régulièrement en situation d'observateurs-experts. Nous précisons qu'il existe également, outre-Atlantique, de nombreux médias qui produisent du fact-checking sur un mode plus proche de ce qui se pratique dans l'Hexagone. Mais, globalement donc, il existe bien une différence fondamentale entre les modèles pionniers étatsuniens et ses déclinaisons françaises plus récentes.

Ainsi, ce sont des médias généralistes qui publient et diffusent la plupart des productions hexagonales de vérification : quotidiens nationaux, principales radios et télévisions nationales. Ces productions, non seulement sont composées sur le modèle d'un véritable genre journalistique particulier – comme nous l'avons vu –, qui répond à des règles spécifiques dans les étapes amont et aval de sa confection. Mais, également, elles sont généralement rassemblées sous une bannière unique, à l'intérieur d'une seule et même rubrique. Autrement dit, les articles et chroniques de fact-checking sont doublement séparés du reste des contenus des médias qui les diffusent. Ils le sont même triplement si l'on considère qu'ils ne sont le fait que de quelques journalistes, spécialisés eux-aussi, et rassemblés dans un même service ou bien une cellule dédiée.

Cette situation de séparation entre contenus « classiques » et contenus de vérification au sein des médias ne va pas sans induire quelques questionnements et critiques. En effet, si le label « fact-checking » et les marques qui y sont liées constituent une sorte de label de qualité, également utilisé à des fins de marketing pour redorer le blason des médias, ainsi que nous l'avons démontré dans le chapitre précédent (chapitre 5),

sa valorisation en tant que genre et son utilisation pour constituer des rubriques spécifiques dans l'offre éditoriale de tel ou tel journal, radio ou télévision est légitimement au cœur de nombreux reproches. Que signifie en effet, pour un média d'information, de donner l'impression de vérifier de manière très pointue une si petite partie de sa production qu'elle tient en une seule rubrique et, à l'intérieur de cette rubrique parfois, à seulement certains articles de la rubrique ?

Cette question est d'ailleurs celle qui a guidé, jusqu'à présent, l'Agence France-Presse dans ses réflexions. Philippe Onillon, directeur de la région France à l'AFP évoque le raisonnement qui a prévalu dans cette agence à la suite de la mise en place ponctuelle, en 2013 et 2014, d'un format expérimental nommé « vérification » :

« Cela a suscité des réactions conservatrices et négatives ici : « On le fait déjà. » Ils trouvaient cela presque ironique, voire insultant le mot en cap dans le titre : « Bien sûr qu'ont fait de la vérification, on est censé vérifier. Bref, ça n'a pas pris, parce que faire un format de vérification c'était sous-entendre que le reste ne l'était pas. (...) Et par rapport à nos clients, on vend déjà – c'est notre image de marque – la vérification, la certification, la fiabilité. »³³³

Une telle remarque ne peut être adressée à un site tiers et *pure-player* tel que *PolitiFact.com*, qui n'a pas à justifier de la crédibilité d'autres contenus qui ne feraient pas l'objet de la même attention³³⁴. En revanche, il en va tout autrement pour *Le Monde*, le « 20 Heures » de *France 2* ou la tranche d'information matinale d'*Europe 1*. Ces entreprises, qui ont voulu utiliser, au moins pour une part, le potentiel marketing du fact-checking, se sont dans le même temps exposées à de fortes critiques : ne vérifient-elles pas de la même manière et tout aussi strictement le reste de leurs contenus ? La question peut sembler naïve, dans la mesure où l'émergence d'une nouvelle rubrique, d'un nouveau genre ou d'un nouveau format n'a pas systématiquement lieu en lieu et place d'autres pratiques. On peut rappeler à

³³³ Entretien réalisé le 22 février 2016.

³³⁴ Sauf dans le cas d'un partenariat entre un site de fact-checking *pure-player* et un média plus conventionnel. Jean-Christophe Boulanger, créateur de *Vigie 2012*, a ainsi essuyé un refus de partenariat de la part du président de la chaîne *LCP*, Gérard Leclerc, au motif suivant : « *On en fait déjà tous, cela sous-entendrait qu'on ne fait pas notre boulot.* » Entretien réalisé le 4 avril 2016.

ce sujet, par ailleurs, que la diversité des méthodes de travail et la multiplicité des modes de restitution des contenus journalistiques sont traditionnellement – et prioritairement parfois – utilisées à des fins de captation de l’attention des lecteurs, auditeurs et téléspectateurs.

Toutefois, il ne semble pas si naïf de la poser au regard des difficultés des médias à vérifier l’ensemble de leurs contenus justement – ce que nous avons abondamment développé plus haut – et de nos observations récentes, sur les sites des médias concernés, à propos de l’incroyable coexistence des articles de fact-checking avec d’autres, au contenu totalement faux et néanmoins toujours diffusés et accessibles pour les internautes en particulier (chapitre 5). Les rédactions évoquées ici ne tirent manifestement pas, de leur pratique du fact-checking, un enseignement applicable au reste des informations qu’elles diffusent et persistent à ne pas toujours vérifier.

Surtout, la vérification ostentatoire promue par le fact-checking, devenu genre journalistique spécifique en même temps que rubrique particulière, semble indiquer clairement au lecteur quels sont les contenus scrupuleusement vérifiés, au contraire d’autres qui pourraient l’être moins, en fonction de différents paramètres, dont, notamment le temps et les moyens consacrés à leur production. Comme le résume Laurent Guimier, à la tête de la radio *France Info* : « *Le fact-checking était une pratique. C’est devenu un format. Mais cela doit rester une pratique.* » Ce constat est celui que de nombreux professionnels des médias ont formulé d’emblée à l’encontre de cette pratique de vérification, notamment au moment de son développement en France. Pour eux, exposer une sorte de spécialisation de la fonction de vérification est journalistiquement intenable : « *Nous faisons tous de la vérification, c’est même une règle de base de notre métier. Rien de nouveau, donc.* »

Cela revient à nier les vraies particularités de fond des articles de fact-checking politique moderne (l’essentiel des contenus recensés et pris en compte dans notre travail), qui vérifient uniquement des assertions de personnalités dans l’espace public. Mais cela amène tout de même à questionner ce qu’il en est, au moins, du reste des contenus politiques. Car, finalement, à ce jour, c’est bien la décrédibilisation latente du reste des contenus politiques de ces médias fact-checkeurs qui semble la plus évidente. Nous avons déjà évoqué à ce sujet les questions de méthodes de travail (chapitre 5) et quelques accrochages voire rivalités entre les fact-checkeurs et les

journalistes politiques. Nous pouvons cette fois-ci aller un peu plus loin sur la question de la crédibilité des contenus, d'autant qu'elle a déjà fait, dans les études étatsuniennes notamment, l'objet de publications nombreuses, notamment autour de l'idée d'une cohabitation curieuse et nécessaire entre plusieurs journalismes différents sur un même sujet.

En effet, autant il peut apparaître logique de voir prospérer dans des médias « tiers » un journalisme dédié à la vérification des faits véhiculés dans la parole publique des responsables politiques, autant ce même travail accompli dans des rédactions généralistes qui effectuent par ailleurs un travail de couverture plus « classique » de la vie politique peut sembler incongru ou, à tout le moins, source de confusion. Cette situation explique d'ailleurs très probablement le fait que les journalistes fact-checkeurs soient si embarrassés lorsqu'ils sont confrontés à un constat somme toute évident : ils ne vérifient que très rarement les assertions diffusées au sein de leur propre média (seuls les médias audiovisuels, paradoxalement, compte-tenu du peu de temps qu'ils ont pour le faire, s'y sont essayés). À l'évidence, s'ils le faisaient, ils finiraient très probablement de décrédibiliser les contenus qui entourent les leurs, à commencer, donc, par les interviews de dirigeants, les portraits de caciques et les comptes rendus de meetings politiques.

C'est ce que fait comprendre, notamment, Nicolas Chapuis, chef du service politique du *Monde* :

*« L'auto fact-checking, je n'y serais pas opposé... Le truc qui est un peu bizarre c'est que si vous faites un article à côté d'une interview pour la corriger, il peut y avoir un côté « on n'a pas fait notre boulot dans la première interview ». C'est une question qui peut se poser quotidiennement mais à laquelle on n'a pas vraiment de réponse... »*³³⁵

Son confrère responsable du service des « Décodeurs » reconnaît d'ailleurs un côté paradoxal et perturbant pour le public de ce double mode de travail vis-à-vis de la matière politique :

« Je ne sais pas, ce sont de vraies questions... Je suis d'accord, c'est paradoxal de vérifier ce que les mêmes politiques disent ailleurs... Mais la

³³⁵ Entretien réalisé le 8 juillet 2016.

question ne nous a jamais été posée... Il y a des lecteurs qui nous le reprochent, mais ils ne comprennent pas la dimension temporelle de la chose : « Je fais l'interview et je dis au mec d'attendre que j'ai fini de tout vérifier ». Ça ne fonctionne pas comme ça, on ne dit pas : « Attendez, je suis en train d'écrire un papier pour vous descendre à côté ». Ce serait compliqué, quoi... »³³⁶

Cette situation est toutefois celle qui se produit parfois dans les médias audiovisuels. À *Europe 1*, Jean-Philippe Balasse confie essayer de « rebondir dès le lendemain sur les interviews des poids-lourds de la politique faites sur la même antenne »³³⁷, même s'il est arrivé qu'un intervieweur prenne mal cette situation. Gérald Roux indique lui aussi l'avoir fait, notamment lorsque sa chronique de vérification était hebdomadaire, suscitant l'émoi de la présentatrice de la matinale et une mise au point du directeur : « Selon elle, je donnais l'impression qu'elle se faisait balader et que moi je passais ensuite derrière pour réparer... »³³⁸

Parmi les études américaines auxquelles nous faisons allusion, nous citerons tout particulièrement le panorama du fact-checking dressé par Lucas Graves et Tom Glaisyer, dès février 2012 et qui posait cette question de la cohabitation, au sein des mêmes médias, de contenus issus de méthodologies de travail différentes et aux finalités parfois contradictoires :

« Est-ce qu'il y a de bonnes raisons pour les médias de référence comme le Post et le Times pour continuer de rendre compte et de fact-checker séparément, avoir un article sur ce qui a été dit lors du débat et un autre pour dire si c'était vrai ? Les réponses dépendent au moins en partie de la valeur que nous accordons à l'access journalism. L'une des raisons pour laquelle la vérification des faits a évolué en un genre spécialisé est que les journalistes qui doivent protéger leurs relations avec les responsables ne font pas des fact-checkeurs très efficaces. Mais l'inverse peut également être vrai : les journalistes qui veulent contester les assertions des

³³⁶ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

³³⁷ Entretien réalisé le 31 juillet 2015.

³³⁸ Entretien réalisé le 21 octobre 2015.

*politiques ne seront pas aussi bons pour obtenir des informations privilégiées. »*³³⁹

En l'occurrence, l'*access journalism* serait celui que pratiquent plus volontiers les professionnels des services politiques, qui entendent entretenir des relations étroites avec leurs sources pour en obtenir des informations exclusives. Il génère généralement de l'autocensure. Nous avons parlé de ce mode de travail qui fait peser sur la profession des doutes en termes de connivence et qu'un jeune journaliste de *Libération* associe à de la « *courtoisie* ». Mais il est doublement sous le feu des critiques quand, dans le même temps, il sert la diffusion de contenus par ailleurs largement mis en cause par les rubriques de fact-checking. Il n'en demeure pas moins qu'il semble délicat pour ne pas dire impossible, au vu de cette analyse, de viser la démultiplication du journalisme de fact-checking dans les rédactions et de le généraliser à l'ensemble des services, dans la mesure où la diffusion de davantage de contenus vérifiés priverait les médias de certaines sources exclusives et où les journalistes eux-mêmes ne pourraient plus faire la preuve de savoir-faire aussi divers que complémentaires (relationnel, vérification). D'aucuns répondraient que l'*access journalism* gagnerait à être poursuivi sur les bases d'un contrat plus sain entre les parties, qui prévoirait principalement des échanges fondés sur la véracité des données factuelles transmises par les sources.

Baptiste Bouthier, journaliste de *Libération* qui a collaboré plusieurs années à la rubrique « Désintox » soulève d'ailleurs la difficulté que représente une différence de traitement en termes de vérification appliquée aux contenus politiques d'un même média, que ce soit face au lecteur ou à ses propres collègues :

« Ce n'est pas forcément justifiable... à part par une forme de confraternité avec le collègue du service politique. Je pense que ce serait très bizarre. C'est hyper-difficile à comprendre pour le lecteur, l'interview politique assortie d'un fact-checking pour dénoncer les

³³⁹ « Are there any good reasons for elite news institutions like the Post and the Times to keep reporting and fact-checking separate—to have one article about what was said at the debate, and another about whether it was true? The answers hinge at least in part on how much we value so-called “access” journalism. One reason fact-checking has evolved into a specialized genre is that journalists who have to protect their relationships with officials don't make very effective fact-checkers. But the reverse may also be true—that reporters willing to challenge political claims won't be as good at getting inside information. »

GRAVES Lucas et GLAISYER Tom, *The Fact-Checking Universe in Spring 2012, An Overview*, Washington, New America Foundation, 2012, p. 9

*conneries dites dans l'interview. (...) Quand tu es lecteur de ton journal, tu pars du principe que tout a été vérifié. C'est un contrat avec le lecteur. »*³⁴⁰

D'ailleurs cet aspect du débat prend parfois des tours particuliers, quand, par exemple, des lecteurs interpellent les médias, sur les réseaux sociaux pour s'étonner, justement, de cette différence de traitement. Ainsi, le 4 octobre 2017, le quotidien *Libération* a-t-il été critiqué sur *Twitter* notamment pour avoir publié une interview du Premier ministre Édouard Philippe dans laquelle il exprime un argument à propos du plafonnement des indemnités de licenciement : cet argument a été six fois contredit par ailleurs par le service « Désintox », mais il est exposé tel quel dans l'interview. Dans un premier tweet, qui lance les échanges, on lit : « *Dans @libe du boulot pour @LibeDesintox !* » (sic). Puis à la réponse embarrassée des journalistes de « Désintox » succède une série de questions et de remarques sur cette curiosité qui consiste à laisser un politique exposer des informations dont on s'est évertué à prouver la fausseté par ailleurs. « *Quid des confrères qui n'en disent pas un mot dans l'interview ?* », peut-on ainsi lire.

Mais force est de constater que le fact-checking moderne et politique rompt une seconde fois avec son modèle original (celui des années 1920), dont il a pourtant conservé l'appellation. Non seulement il s'est spécialisé et ne s'applique plus à l'ensemble des contenus, mais il s'est tourné vers l'extérieur et ne s'intéresse plus aux contre-vérités présentes dans le média fact-checkeur lui-même. Et cela constitue peut-être sa difficulté majeure pour convaincre l'ensemble des professionnels, puis le public.

(suite page 235)

³⁴⁰ Entretien réalisé le 30 juillet 2015.



LibéDésintox
@LibeDesintox

Abonné

Quand tu fais six Désintox sur le sujet, et que le premier ministre vient tranquillement mentir dans tes pages.

Cédric Hébrard @cedrichebrard
Dans @libe du boulot pour @LibeDesintox !
(C'est le plafond du barème qui a été fixé au niveau moyen des indemnités qui étaient accordés!)

09:57 - 4 oct. 2017

149 Retweets 123 J'aime

5 149 123

Jules Y1 @misterjul94 · 4 oct.
En réponse à @LibeDesintox
Pk votre journaliste la til laissé derouler son speech sans contradiction du coup?

Julien Millet @JMilletLux · 4 oct.
En réponse à @LibeDesintox
Quid des confrères qui n'en disent pas un mot dans l'interview?

LibéDésintox @LibeDesintox · 4 oct.
Ben faut croire que les confrères (et amis) ne lisent pas toujours nos désintox:)

MèreMichelette @MereMicheline · 5 oct.
Faut croire qu'ils ne font pas leur taf :)

Capture 12. Vues du compte *Twitter* de la rubrique « Désintox » de *Libération*.

C'est ce que résumait un article critique de Tim Dunlop, dans le média australien *King's Tribune*, en 2013 :

« En externalisant le processus de fact-checking – le véritable jugement – vers des sites indépendants, les médias peuvent maintenant rapporter en toute sécurité les informations de ces sites de la même manière qu'ils le font pour les autres articles : non pas comme quelque chose qu'ils ont eux-mêmes jugé, mais comme quelque chose que quelqu'un d'autre a dit. Ils parviennent ainsi à continuer de jouer l'équilibre – « nous signalons simplement ce que le site de fact-checking a déclaré à propos des faits – en évitant toute accusation de partialité et en rejetant toute responsabilité sur les autres. (...) En d'autres termes, tant que les médias ne feront pas correctement leur travail et conserveront les sites de fact-checking hors de leur business, tant qu'ils ne les rendront pas redondants en rendant le fact-checking intégral et non périphérique à ce qu'ils font eux-mêmes, nous aurons des ennuis. »³⁴¹

Cet argument, toutefois, les fact-checkeurs eux-mêmes sont rarement disposés à l'entendre ; ils préfèrent penser qu'ils réalisent un exercice particulier, sans lien avec le reste des contenus diffusés par leur média d'appartenance. Selon, eux, ce qu'ils produisent est complémentaire des autres articles et chroniques comme le serait une autre rubrique. Ils oublient volontiers ou mettent de côté plus ou moins consciemment le fait que leur matière est très spécifique : ils sont aussi généralistes que peut l'être un grand reporter ou un éditorialiste – des positions symboliques fortes au sein des médias – et leur pratique est techniquement et philosophiquement liée à l'une des valeurs fondamentales du journalisme, à savoir la véracité des informations.

³⁴¹ « By outsourcing the fact-checking process—the actual judgement—to independent sites, media organisations can now safely report those sites' findings in the way they report other stories: not as something they themselves have made a judgement about, but as something someone else said. They thus get to keep playing the balance—we are just reporting what the fact-checking site said the facts were—absolving themselves of accusations of bias and outsourcing any blame that arises to others. (...) In other words, until the media does its job properly and puts the fact-checking sites out of business, makes them redundant by once again making fact-checking integral and not peripheral to what they themselves do, we are going to be in trouble. »

DUNLOP Tim, « Fact-checking sites are a symptom, not a cure », *King's Tribune*, 10 juillet 2013. Disponible sur : <http://www.kingstribune.com/index.php/weekly-email/item/1841-fact-checking-sites-are-a-symptom-not-a-cure> (page consultée le 24 septembre 2017).

Reste que les critiques qui tendent à contredire la spécificité et la légitimité du fact-checking en tant que genre journalistique à part entière – un fact-checking de spécialité en quelque sorte – ne constituent qu'une partie des arguments des opposants à cette pratique récente. D'autres préfèrent s'intéresser et critiquer le fond du travail des fact-checkeurs, à propos, tout particulièrement, des notions de positionnement journalistique et de temporalité des productions vis-à-vis de la diffusion première des contre-vérités.

6.2. Des questions de positionnement, de timing et d'objectivité

6.2.1. Des journalistes entre neutralité et engagement

Parmi les grands principes qui structurent le positionnement des journalistes professionnels, nous rappellerons ici (voir chapitre 1) deux règles *a priori* incontournables, qui figurent dans la « Charte d'éthique professionnelle des journalistes »³⁴² et comptent certainement parmi les plus connues et les plus souvent citées spontanément par les professionnels de l'information. La première indique :

« C'est dans ces conditions qu'un journaliste digne de ce nom... tient l'esprit critique, la véracité, l'exactitude, l'intégrité, l'équité, l'impartialité, pour les piliers de l'action journalistique ; tient l'accusation sans preuve, l'intention de nuire, l'altération des documents, la déformation des faits, le détournement d'images, le mensonge, la manipulation, la censure et l'autocensure, la non vérification des faits, pour les plus graves dérives professionnelles... »

Quant à la seconde, elle stipule :

« C'est dans ces conditions qu'un journaliste digne de ce nom... ne confond pas son rôle avec celui du policier ou du juge. »

Placées ainsi en regard l'une de l'autre, elles invitent à s'interroger sur le positionnement adopté par les journalistes de fact-checking. En effet, nombre de critiques relatives à cette pratique sont fondées sur sa non-conformité avec le principe

³⁴² SNJ, « Charte d'éthique professionnelle des journalistes », *Syndicat national des journalistes, op. cit.*

de non jugement, tant les travaux des fact-checkeurs s'apparentent parfois, par certains aspects, à une sorte de jury d'examen, voire de tribunal accordant les bons et mauvais points, sanctionnant les fautes et flagrants délits de mensonge ou d'imprécision. Certes, la première de ces deux règles évoque la priorité que doit constituer la véracité et l'exactitude, mais elle y accole l'impartialité, dont il semble moins évident de faire la preuve dans les articles de fact-checking que dans d'autres exercices journalistiques, dans la mesure où le fait de trancher un débat, de répondre à une question de manière relativement définitive peut ressembler à prendre parti. Cette situation de « zone grise du journalisme » est certainement ce qui vaut le plus d'inimitiés aux fact-checkeurs, d'autant que ceux-ci revendiquent, dans le même temps, un travail réalisé sous couvert de chiffres fiables et de faits avérés, censés garantir leur impartialité.

Bien sûr que, quoi qu'il en soit, le journaliste ne peut pas réellement prétendre à l'impartialité, la neutralité voire l'objectivité absolue. Car il mobilise nécessairement son vécu, ses ressentis, ses opinions en tant qu'individu et citoyen au moment où il s'implique dans une production journalistique. Toutefois, il lui est demandé d'utiliser toutes les méthodes possibles pour objectiver son travail, endiguer au maximum les risques de lecture subjective des événements et des faits. Il va de soi que, dès la mise en œuvre des choix qui conduisent à traiter tel sujet plutôt que tel autre, retenir tel angle plutôt que tel autre, une part de subjectivité s'est déjà immiscée dans son travail. Mais parmi la panoplie des outils destinés à contrebalancer cela, il existe notamment la nécessité de laisser s'exprimer tous les points de vue, ceux avec lesquels il pourrait être d'accord, comme les autres. Or, sur ce point, le journaliste fact-checkeur doit se distinguer : non qu'il doive exprimer nécessairement son opinion ; mais il doit pouvoir livrer au lecteur une preuve incontestable que la parole politique qui a été prononcée repose sur un fait « vrai » ou « faux ». Ce faisant, le fact-checking ne se contente pas de relater les arguments des uns et des autres à propos d'un débat d'actualité ; il fait un pas en avant pour entrer littéralement dans le débat afin de décrypter quels arguments méritent ou non d'être entendus tels quels par le public, en vertu de leur degré de véracité.

Ainsi, les fact-checkeurs rompent avec ce que les journalistes américains appellent le « he said, she said », c'est-à-dire le parole contre parole, argument contre argument

qui invite le lecteur, l'auditeur ou le téléspectateur à tout entendre pour, ensuite, chercher à se faire sa propre idée. Le rôle du journaliste s'arrête alors à relayer le plus fidèlement possible, quitte à les synthétiser, résumer, expliciter, etc. les propos de chacun des interlocuteurs et parties prenantes sur un même sujet. Il doit quant à lui maintenir sa subjectivité en retrait. Tout cela devient caduc, donc, avec le fact-checking, comme l'explique Michael Dobbs lorsqu'il évoque deux approches contradictoires du métier :

« Une école exige que le journaliste évite d'insérer ses opinions « subjectives » dans l'histoire et ne rapporte que ce qui a été dit par des tiers. Pour préserver son objectivité et son équité, il est obligé de relater « les deux aspects de l'histoire » dans un plat « il a dit ceci, elle a dit cela ». Il appartient aux lecteurs – non au journaliste – de déterminer qui dit la vérité (à supposer que quelqu'un la dise). (...) L'école rivale considère le journaliste comme un « chercheur de vérité ». La première obligation du journaliste, selon cette approche, est de dire, dans la mesure du possible, la vérité. »³⁴³

Ce journaliste à l'origine de la rubrique « Fact-Checker » du *Washington Post* explique aussi que le fact-checking, selon lui, appartient résolument à la seconde école, celle qui permet aux journalistes d'exercer leur propre jugement sur certaines informations factuelles. Car les faits n'ont pas spécialement à voir avec ce qu'une partie des interlocuteurs dit des autres. Les faits et les preuves permettent de tirer puis d'exprimer des conclusions, non plus seulement de présenter des opinions. Là où la première école invite à la rigueur pour relater correctement et entre guillemets ce qui a été dit par les interlocuteurs – ce à quoi concourt le fact-checking interne, celui des origines – la seconde s'intéresse plus particulièrement au contenu de ce qui est exprimé entre guillemets, un peu comme si, contrairement à l'usage – celui en vigueur dans le journalisme politique en particulier – l'immunité dont pouvaient jusqu'à présent bénéficier les propos des uns et des autres ne prévalait plus.

³⁴³ « One school of journalism demands that the reporter avoid inserting his "subjective" opinions into the story, and report only what he is told by third parties. To preserve his "objectivity" and "fairness," he is obliged to tell "both sides of the story" in a flat "he said, she said" manner. It is up to the readers—not the reporter—to determine who, if anybody, is telling the truth. (...) The rival school of journalism sees the reporter as a "truth seeker." The journalist's primary obligation, according to this approach, is to tell the truth as best as he or she can determine it. »
DOBBS Michael, *The Rise of Political Fact-checking, How Reagan Inspired a Journalistic Movement*, op. cit., p. 3

Une telle situation fait écho au phénomène que décrivait le linguiste Patrick Charaudeau à propos des positionnements énonciatifs des journalistes :

« Le discours journalistique ne peut se contenter de rapporter des faits et des dits, son rôle est également d'en expliquer le pourquoi et le comment, afin d'éclairer le citoyen. D'où une activité discursive qui consiste à proposer un questionnement (sans cadre de questionnement pas d'explication possible), élucider différentes positions et tenter d'évaluer chacune de celles-ci. »³⁴⁴

Avec le fact-checking politique, ce phénomène semble simplement s'être étendu aux citations de personnalités publiques ; tandis que, jusqu'alors, elles étaient comme préservées, au contraire du reste des contenus. Pour poursuivre avec Charaudeau l'analyse des « frontières » auxquelles se situent le travail journalistique en général et, par extrapolation, le travail de fact-checking en particulier, nous dirions qu'il évolue à la croisée des frontières du discours persuasif, du discours de dénonciation et du discours critique, qui pointent tous dans une plus ou moins grande mesure derrière « le masque de l'effacement énonciatif ». Avec le discours persuasif, le fact-checking peut partager la notion de mise en cause de certaines personnes du monde politique et de révélation des faits ou des intentions tenues cachées par ces mêmes personnes. Il entre ainsi en résonance avec un discours de dénonciation, pour ne plus seulement « faire savoir » mais « faire penser ». Il se rapproche même d'un discours critique :

« (Le discours de dénonciation) consiste seulement à révéler un fait ou une intention cachée (jugée inavouable) en en apportant la preuve, mais sans nécessairement en faire une analyse. Le discours critique en revanche — qu'il ne faut pas confondre avec un discours polémique — procède d'une analyse : il part de la prise en considération d'une vérité qui se veut établie, il l'analyse, la décortique, l'interroge, et met en évidence ses contradictions, ses insuffisances ou ses contre-vérités. Le discours critique est contre-argumentatif et lui-même discutable. »³⁴⁵

³⁴⁴ CHARAUDEAU Patrick, « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives », *Semen, Énonciation et responsabilité dans les médias*, 2006, 22, p. 29-44

³⁴⁵ *Ibid.*

Difficile de ne pas voir dans le fact-checking un travail journalistique aussi proche d'un discours critique que d'un simple discours de dénonciation. Les opposants à cette pratique se servent en tout cas de cette proximité pour mieux la dénoncer et démontrer qu'elle fait sortir le journaliste de ses attributions.

Quoi qu'il en soit et même s'il ne fait guère de doute, ainsi que nous l'avons montré plus haut, que le fact-checking relève bien d'un genre journalistique à part entière, nous pourrions considérer, à l'instar de la critique régulièrement formulée, qu'il s'agit d'un exercice plus difficile à classer parmi les genres journalistiques les plus neutres qu'il n'y paraît. En tout cas, pour certains tenants d'un regard critique sur ce travail de vérification, le classer parmi les genres d'information sans considérer qu'il puisse plutôt s'inscrire parmi les genres de commentaire est aller un peu vite en besogne, tant – nous y reviendrons (chapitre 7) – le fact-checking semble parfois tributaire (pour ne pas dire victime) des nombreux choix et de la méthodologie de travail retenus par les journalistes missionnés pour le produire.

Finalement, ce genre journalistique-là pourrait bien osciller plus qu'il n'y paraît entre journalisme de neutralité et d'engagement. Là où, avec Roselyne Ringoot³⁴⁶, nous pourrions classer le fact-checking auprès de l'information dite brute et du journalisme de données, dans ce qu'elle nomme les genres journalistiques du « *faire neutre* », il semble également possible, par certains aspects, de l'associer aux genres du « *faire engagé* » de l'éditorial, du blog, de l'éclairage et même de l'avis. Neutre, le fact-checking se rapprocherait des autres types d'articles qui se contentent parfois de donner la parole à toutes les parties en présence, de livrer le plus fidèlement possible les points de vue exprimés par les différents camps ; il se refuserait à trancher les débats, à donner l'impression de distribuer les bons et les mauvais points au regard de faits et de chiffres considérés comme des preuves objectives, des indicateurs de vérité.

Face à ces critiques, au sein même de la profession, qui font du fact-checking une pratique aux atours pseudo scientifiques qui tantôt s'apparente à du journalisme classique, tantôt dissimule un journalisme d'opinion, Michael Dobbs répond ainsi :

³⁴⁶ RINGOOT Roselyne, *Analyser le discours de presse*, op. cit., p. 133

« Je vois le fact-checking comme un éloignement du journalisme du type « il a dit ceci, elle a dit cela », qui ne prend jamais position sur rien, même si l'un dit la vérité et l'autre débite des mensonges. Bien que je reconnaisse que les journalistes ne doivent pas être partisans, je ne vois pas pourquoi nous ne devrions pas tirer parti de notre expérience et de notre bon sens pour démêler la réalité de la fiction. Les journalistes devraient être autorisés à examiner les preuves et à en tirer les conclusions. Je ne vois rien de mal à cela, tant que ces conclusions sont basées sur la preuve, plutôt que sur une conviction politique spontanée. »

Il est d'ailleurs conforté sur ce point par le journaliste indépendant Sylvain Lapoix, qui a coopéré avec de nombreuses initiatives de fact-checking et qui explique en substance que les journalistes ont tendance à confondre faits et opinions. Si bien qu'ils pensent faire leur travail quand ils livrent des informations contradictoires dans leurs articles, alors qu'ils devraient réserver un sort particulier aux faits, qui sont ou non avérés par les études et données scientifiques. Et de prendre en exemple le changement climatique : *« 98% des études confirment l'implication des activités humaines dans le réchauffement et 2% l'infirmement ; pour autant il est absurde de présenter les deux points de vue sur un pied d'égalité. »*³⁴⁷ Ce qui revient à critiquer la définition absurde de l'objectivité donnée un jour par le réalisateur Jean-Luc Godard : *« L'objectivité c'est cinq minutes pour Hitler, cinq minutes pour les Juifs. »* Nous citerons enfin Samuel Laurent qui reconnaît l'aspect complexe de la prise de position pour des journalistes invités à traiter des informations factuelles :

« Le fact-checking c'est compliqué, beaucoup de gens ont peur de s'y mettre. Je file plus facilement ce travail à des stagiaires qu'à des gens de la rédac' parce que, souvent, ça les angoisse, je pense que ça leur fait peur un peu. C'est fou comme les gens ont du mal à se sortir de la source, de la dépêche AFP, de son chemin un peu balisé... Il y a toujours cette tentation facile dans le journalisme de dire « le point de vue de machin c'est ça, le point de vue de truc c'est ça et moi j'ai fait mon boulot quoi ». Les Américains disent « he said, she said », renvoyer les gens dos à dos...

³⁴⁷ Entretien réalisé le 8 juillet 2016.

Cette peur de rentrer dans le débat, de trancher et de dire « moi j'estime, au regard de ce que j'ai lu et sur la base de telle ou telle source que lui il a raison et que lui il a tort, pour tels et tels arguments factuels »... C'est pas évident de sortir de l'expertise, de l'appel à l'expert pour essayer de comprendre les choses soi-même. »³⁴⁸

Ces positions, qui résument assez bien celle de l'ensemble des fact-checkeurs, qu'ils soient français ou étatsuniens notamment, ne suffit pourtant pas à gommer toutes les critiques adressées à leur entreprise de vérification des faits. Bien entendu, ces critiques ne remettent pas vraiment en cause le travail qui peut être produit pour montrer, par exemple, qu'un homme politique se trouvait ou non, tel jour, à tel endroit. En ce sens, les productions (fondatrices) des « *Décodeurs* » sur la présence de Nicolas Sarkozy à Berlin le jour de la chute du mur ne sont pas contestées par les personnes de bonne foi ; pas plus que les données comptables et visuelles livrées à propos de la foule présente lors de la cérémonie d'investiture de Donald Trump à la présidence des États-Unis (pour affirmer qu'il y avait moins de spectateurs que lors de l'investiture de Barack Obama).

Mais des voix contestent plus facilement, en revanche, les démonstrations fondées sur des données chiffrées, alors même que celles-ci représentent une part devenue majoritaire des articles de fact-checking. Elles pointent une tendance positiviste, qui voudrait, avec la philosophie positive, que l'accumulation des données scientifiques permette de trancher sans crainte de se tromper la plupart des débats, de déterminer sans risque d'erreur les arguments crédibles. D'aucuns reprochent ainsi aux fact-checkeurs de s'inscrire dans une tradition – aussi appelée mythe – du journalisme américain, tourné vers la quête de vérité objective à travers les chiffres et les faits.

C'est notamment le cas du journaliste Stéphane Soumier, directeur de la rédaction de *BFM Business*. Il s'est illustré dans la critique du fact-checking à travers interviews, tribunes et autres échanges publics avec Samuel Laurent³⁴⁹. Avec son confrère

³⁴⁸ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

³⁴⁹ JAFAR Yasmina, « Stéphane Soumier ou le combat contre le data checking. » *La Ruche Média*, 3 novembre 2014. Disponible sur : <http://www.laruchemedia.com/2014/11/stephane-soumier-ou-le-combat-contre-le-data-et-fact-checking/> (page consultée le 8 juin 2017).
Et LAURENT Samuel, « Cher Stéphane », *Médium*, 4 novembre 2014. Disponible sur : <https://medium.com/@samuell Laurent/cher-stephane-b7855cd3fb0> (page consultée le 8 juin 2017).

éditorialiste Emmanuel Lechypre, il en est même venu à distinguer deux types de travaux de vérification : le fact-checking, donc, qui enquête pour relater une information factuelle ; et ce qu'ils ont ensemble appelé le « data-checking », qui, lui, pose problème, car il touche aux chiffres et qu'il n'est pas admissible de prendre les chiffres pour des vérités opposables :

« Il prend les sciences économiques comme une science exacte pour les utiliser dans des débats binaires ; ce faisant, la caste journalistique redéfinit mécaniquement le « cercle de la raison », tel que théorisé par Alain Minc. Contre-vérités au regard de quoi ? Jean-Luc Mélenchon va dire des contre-vérités au regard de ce que moi je pense de l'économie de marché... Et ça en fait une vérité ou un mensonge ? Jamais un chiffre ne s'impose ; la vérité n'est pas dans le chiffre. Le chiffre doit servir à interroger, mais jamais à affirmer... »³⁵⁰

La critique apparaît d'autant plus recevable que des fact-checkeurs semblent travailler armés d'une foi inébranlable dans les données chiffrées. Cela est par exemple traduit par les propos de Baptiste Bouthier, contributeur de « Désintox » : « *Les chiffres sont sources de mensonges classiques et sources de vérifications faciles. Il n'y a rien de plus factuel qu'un chiffre.* »³⁵¹

Neutralité et positivisme

Dans l'article des « Décodeurs » du *Monde*, pp. 244-245, la neutralité des journalistes apparaît discutable dans la mesure où ils évoquent des « manipulations », tout en étant obligés d'admettre que les chiffres du graphique utilisé sont justes (« *ce graphique n'est pas erroné ou faux en tant que tel* »). Ces professionnels ont d'ailleurs dû, sur cette question, revoir leur copie, car une première version de l'article « *a pu susciter des malentendus quant à ses conclusions* », peut-on lire. Autrement dit, sur ce sujet, les fact-checkeurs du *Monde* ont probablement outrepassé leur devoir de neutralité au motif d'une interprétation « politique » différente des chiffres économiques, pourtant exacts, donnés par la candidate FN.

³⁵⁰ Entretien réalisé le 22 juillet 2016.

³⁵¹ Entretien réalisé le 30 juillet 2015.

LES DÉCODEURS

VENONS-EN AUX FAITS

LES DÉCODEURS
[Datavisualisation](#)
[Vérification](#)
[Nanographix](#)
[Contexte](#)
[Evasion fiscale](#)
[Le blog du Décodeur](#)

Les manipulations graphiques de Marine Le Pen sur l'euro

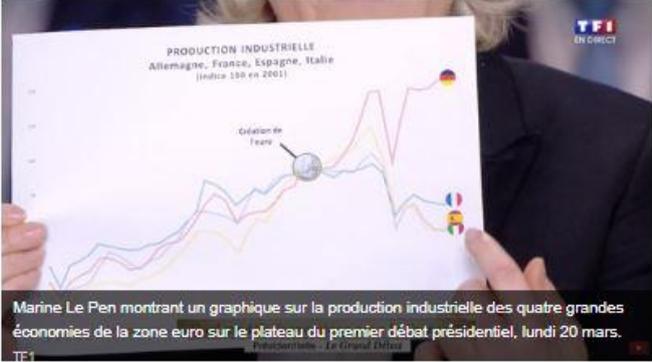
Lors du débat, lundi 20 mars, la candidate du FN a brandi un graphique illustrant, selon elle, les conséquences de l'euro sur la production industrielle française.

LE MONDE | 21.03.2017 à 16h20 • Mis à jour le 28.03.2017 à 13h51 |
Par Les Décodeurs

Abonnez vous à partir de 1 €

[Réagir](#)
[Ajouter](#)

[Parler \(13 302\)](#)
[Twitter](#)



Marine Le Pen montrant un graphique sur la production industrielle des quatre grandes économies de la zone euro sur le plateau du premier débat présidentiel, lundi 20 mars.

Dans le cadre du premier débat opposant cinq prétendants à l'élection présidentielle, diffusé lundi 20 mars, sur TF1, Marine Le Pen a réaffirmé sa volonté de sortir la France de la zone euro. Pour appuyer sa position, la candidate du Front national (FN) a utilisé un graphique, montré brièvement à la caméra, qui donnait l'évolution de la production industrielle de quatre grands pays européens : la France, l'Italie, l'Espagne et l'Allemagne.

Celui-ci indique, sans appel selon M^{me} Le Pen, le déclin des économies françaises, italiennes et espagnoles face à l'industrie allemande. Marine Le Pen n'hésite ainsi pas à affirmer, sur cette seule base, que le déclin de la production française est lié à l'introduction de la monnaie unique en 2001 :

« Vous croyez pas qu'il y a quand même un lien de cause à effet entre l'Euro et ces courbes-là ? Moi je le crois. »

Ce graphique n'est pas erroné ou faux en tant que tel. En revanche, son utilisation par Marine Le Pen au cours d'un débat télévision à grande audience, visible à l'écran dans un laps de temps très court, appelle plusieurs précisions.

Les décodeurs, mode d'emploi

Les décodeurs du Monde.fr vérifient déclarations, assertions et rumeurs en tous genres : ils mettent l'information en forme et la remettent dans son contexte; ils répondent à vos questions.

LA CHARTE [Lire la charte >](#)

L'ÉQUIPE [Découvrir l'équipe >](#)

Annonce fermée par Google

[Signaler cette annonce](#)

[Choisir sa pub >](#)

(cet article n'est pas reproduit *in extenso*)

(fin de l'article de la page précédente)



Capture 13. « Les manipulations graphiques de Marine Le Pen sur l'Euro (page consultée le 10 octobre 2017).

Assez maladroitement, Stéphane Soumier semble essentiellement redouter que le data-checking servent à contredire les analyses des politiques et des économistes, alors que, la plupart du temps, les fact-checkeurs disent les employer uniquement pour corriger des éléments chiffrés non-sourcés ou déformés pour mieux servir tel ou tel argumentaire. Mais il est vrai que la frontière entre un usage des données lié aux opinions et un usage des données lié à la correction des données elles-mêmes est parfois ténue et que certains articles de fact-checking donnent facilement l'impression qu'elle n'a pas été respectée. De plus, un ensemble de chiffres vrais et la mise en

relation de données exactes peuvent tout à fait être mis au service d'un argumentaire biaisé, par omission d'autres données contradictoires par exemple.

Il suffirait, pour se convaincre du bien-fondé de la critique relayée par Soumier, de se reporter aux débats qui ont eu cours lors de la présidence de François Hollande à propos de l'inversion de la courbe du chômage : y compris à propos d'un critère d'évaluation a priori clair (l'inversion d'une courbe de chômage), les éditorialistes comme les fact-checkeurs ont dû rivaliser d'arguments pour démontrer tantôt qu'elle était effective, tantôt qu'elle ne l'était pas vraiment. D'autres débats peuvent avoir lieu sur l'appréciation des politiques publiques en fin de mandat présidentiel par exemple. Ont-elles conduit à de bons résultats parce qu'elles ont permis de réduire les déficits ? Ou ont-elles conduit à de bons résultats parce qu'elles ont permis de réduire le nombre de pauvres ? Nous n'irons pas jusqu'à relayer l'argument selon lequel il est possible de faire dire ce que l'on veut aux chiffres ; mais il faut bien reconnaître que des données peuvent recevoir plusieurs lectures également pertinentes en fonction de l'idéologie ou des convictions qui sous-tendent leurs choix et analyses, ce que ne reconnaissent pas toujours les journalistes fact-checkeurs.

L'économiste Frédéric Lordon, auteur de plusieurs tribunes, dans *Le Monde Diplomatique*, fait partie de ceux qui ont assez violemment critiqué cette absence de recul de la part des journalistes en charge des rubriques et chroniques de vérification :

« *La philosophie spontanée du fact-checking, c'est que le monde n'est qu'une collection de faits et que, non seulement, comme la terre, les faits ne mentent pas, mais qu'ils épuisent tout ce qu'il y a à dire du monde.* »³⁵²

Quant à l'historien Christophe de Voogd – parmi beaucoup d'autres voix encore – il a recensé ses critiques à l'encontre du fact-checking dans deux tribunes publiées sur le site *pure-player Atlantico*. Leur intérêt réside dans le fait que l'auteur s'applique à lister les travers et/ou astuces qui permettent, selon lui, de transformer le fact-checking en « *rhétorique partisane* »³⁵³. Il évoque ainsi le déni ou la sélectivité vis-à-

³⁵² LORDON Frédéric, « Politique post-vérité ou journalisme post-politique », *Le Monde Diplomatique*, 22 novembre 2016. Disponible sur : <http://blog.mondediplo.net/2016-11-22-Politique-post-verite-ou-journalisme-post> (page consultée le 7 juin 2017).

³⁵³ DE VOOGD Christophe, « Petit manuel de vérification à l'usage des apprentis fact-checkers », *Atlantico*, 18 janvier 2016. Disponible sur : <http://www.atlantico.fr/rdv/rhetorico-laser/petit-manuel-verification-usage-apprentis-fact-checkers-christophe-voogd-2545516.html> (page consultée le 7 juin 2017).

vis des faits et des données contrariantes, la disqualification des sources gênantes (jugées pas crédibles, de parti-pris, etc.), la confusion de données hétérogènes, la confusion entre corrélation et causalité, l'élasticité des critères d'évaluation entre « plutôt vrai », « plutôt faux », etc. Ces biais, qui peuvent parfois s'apparenter à des biais de confirmation (biais cognitif qui consiste à privilégier les informations qui confirment nos idées préconçues), peuvent en effet être constatés dans tous types d'articles : la difficulté, quand ils apparaissent dans des articles de fact-checking, c'est qu'ils sont valorisés dans un cadre qui prétend échapper à toute subjectivité. Ils cultivent ainsi « *l'illusion scientifique d'un journalisme détenteur de vérité parce qu'augmenté de données disponibles en temps réel* »³⁵⁴, selon les mots de Franck Rebillard.

Par ailleurs, ces questionnements autour de la neutralité ou de l'engagement des articles de fact-checking concernent un autre aspect majeur de ce type d'articles et de chroniques, souvent appelé « verdict ». À travers lui, les fact-checkeurs ne s'érigent-ils pas en juges plutôt qu'en correcteurs, en « sachants » plutôt qu'en simples rectificateurs ? En effet, chaque phrase sélectionnée par les fact-checkeurs donne lieu à un travail de vérification poussé qui aboutit nécessairement à une conclusion : le lecteur, l'auditeur ou le téléspectateur doit savoir si, finalement, au terme des recherches entreprises par le journaliste, la personnalité politique ou publique a dit vrai, s'est trompée ou a menti, a été imprécise, etc. Cette évaluation est toujours traduite par un verdict, donc, qui est certainement la partie la plus controversée des productions de fact-checking, car elle est aussi la plus inhabituellement produite en matière de journalisme politique : il s'agit, généralement, d'une caractéristique de l'enquête. Les journalistes en charge des rubriques et chroniques de fact-checking reconnaissent entre les lignes le caractère particulier, un peu ambigu de cette notion de verdict.

Les plus jeunes d'entre eux – les moins expérimentés peut-être – aussi, adoptent facilement la posture de Baptiste Bouthier, de *Libération*, se disant prêt à en assumer

³⁵⁴ REBILLARD Franck, « Journalisme en ligne et information instantanée », *INA Expert*, octobre 2012. Disponible sur : <https://www.ina-expert.com/e-dossier-de-l-audiovisuel-journalisme-internet-libertes/journalisme-en-ligne-et-information-instantanee.html> (page consultée le 7 juin 2017).

toutes les conséquences : « *En soi c'est une rubrique de justicier, donc on peut créer de la détestation* »³⁵⁵, dit-il. D'autres, plus anciens dans la profession, anticipent davantage les critiques et prennent plus en compte les risques inhérents à leurs verdicts, comme Jean-Philippe Balasse, d'*Europe 1* :

*« Parfois des politiques sont en colère, mais je ne les attaque pas, je fais attention à ne pas être du tout redresseur de torts ou donneur de leçon. (...) Mais qu'on le veuille ou non il y a toujours ce côté redresseur de torts ; les politiques le font à longueur de temps entre eux, mais ils l'acceptent plus difficilement quand ça vient d'une tierce personne. Parce qu'ils savent aussi très bien qu'on a un côté juge de paix. »*³⁵⁶

D'autres encore se montrent réticents face à cette posture et se félicitent d'avoir adopté un mode de vérification qui les éloigne d'un schéma trop simpliste, car binaire, pour départager ceux qui disent vrai et ceux qui disent faux. C'est notamment le cas de Corentin Dautreppe, jeune journaliste de l'*AFP* et co-fondateur, avant cela, du site *pure-player Lui Président*. Selon lui, la posture d'autorité et de jugement s'avère délicate :

*« Nous, on n'est pas prisonnier du schéma parfois un peu abusif du vrai/faux. Ça, c'est compliqué parce qu'on se place dans une posture d'autorité qu'on ne devrait pas avoir, parce qu'on n'est pas là pour donner des bons points. On ne voulait pas être dans cette posture-là. François Hollande a-t-il tenu ses promesses, oui ou non ? Il n'y a pas de jugement. »*³⁵⁷

Enfin, les réflexions sur la notion de verdict s'accompagnent parfois d'autres considérations, davantage liées au mode de travail des journalistes dans tel ou tel type de média, avec tel ou tel format ou genre. Ainsi, Hervé Brusini, à *France Télévisions*, préfère voir dans le fact-checking, non pas un travail de juges, mais l'opportunité de faire entrer une démarche de complexité dans les sujets des journaux télévisés ou

³⁵⁵ Entretien réalisé le 30 juillet 2015.

³⁵⁶ Entretien réalisé le 31 juillet 2015.

³⁵⁷ Entretien réalisé le 10 février 2016.

d'émissions politiques, là où ses confrères ont tendance à présenter des informations avec manichéisme. Il s'explique :

« Le fact-checking suggère l'idée qu'une vérité définitive existe, ce que je ne pense pas. (...) Le fact-checking n'est pas un juge de paix pour crucifier un Juda de la vérité, mais il introduit une forme de complexité à la télé notamment, alors que d'habitude, il tranche plus vite. »³⁵⁸

Pour autant, les productions de vérification de citations politiques qui introduisent le plus de complexité et à travers lesquelles les journalistes refusent de se positionner trop directement sont aussi celles qui sont généralement les plus critiquées. En effet, des formules comme « plutôt vrai » ou « plutôt faux », voire « pourquoi c'est plus compliqué » ou d'autres encore, peuvent être mal acceptées par les détracteurs de ce genre journalistique : ne pas pouvoir trancher le vrai du faux des affirmations indiquerait clairement qu'il n'est pas possible de dépasser le « he said, she said » et la confrontation des points de vue dans un grand nombre de cas et que, partant, il s'avère vain de créer des productions qui tendent à faire de la vérification une science exacte.

La question de la confusion entre la posture du fact-checkeur et celle du juge a également bel et bien lieu d'être, car les fameux verdicts du fact-checking s'accompagnent le plus souvent d'artifices journalistiques en termes d'accroche et/ou de titraille qui ne font que consolider un aspect « donneur de leçon », quelque peu moralisateur, qui contraste avec l'ambition affichée de s'en tenir aux faits. Ainsi telle erreur factuelle peut donner lieu à tel titre railleur, telle affirmation mensongère peut être introduite par tel ou tel chapô moqueur ou ironique. Or, outre le fait que de ces positionnements journalistiques ne renforcent le propos qu'auprès des convaincus, sans jamais avoir la moindre chance de séduire les sceptiques, ils ne sont guère en adéquation avec l'aspiration à la factualité telle que promue par le fact-checking. Nous évoquons ici des termes et expressions comme : « Untel est à côté de la plaque », « Les bobards en série d'Unetelle », « Les petits arrangements d'Untel avec la vérité », etc. Le magazine *Marianne*, qui a souvent dénoncé les incohérences du fact-checking dans ses colonnes, avait effectué en juillet 2014 un recensement des

³⁵⁸ Entretien réalisé le 9 septembre 2016.

signes discrets (points de suspension glissés au milieu d'une phrase, intonation d'un journaliste radio, ajout d'une négation, etc.) et des incises qui, potentiellement, pouvaient trahir la subjectivité des vérificateurs. Sa conclusion : 46 formules en un mois, dont la moitié dans les articles des « Décodeurs », lui semblaient suspectes de parti pris.

Cette contradiction entre prétention à l'objectivité et marques de subjectivité, décrite par Patrick Charaudeau à propos des productions journalistiques en général, met en opposition, plus fortement encore dans le journalisme de vérification, « *l'enjeu de crédibilité* » d'une part et « *l'enjeu de captation* » d'autre part :

« L'enjeu de crédibilité exige que le journaliste énonciateur — souvent spécialisé ou chroniqueur — ne prenne pas lui-même parti, qu'il explique sans esprit partisan et sans volonté d'influencer son lecteur. Mais on verra plus loin pour quelles raisons il s'agit là d'un exercice quasi impossible, ce discours ne pouvant être ni vraiment didactique, ni vraiment démonstratif, ni vraiment persuasif. Sans compter que l'enjeu de captation tire parfois ces explications vers des prises de position et des explications plus dramatisantes qu'éclairantes. »³⁵⁹

(suite page 253)

³⁵⁹ CHARAUDEAU Patrick, « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives », *Semen, Énonciation et responsabilité dans les médias, op. cit.*, p. 29-44

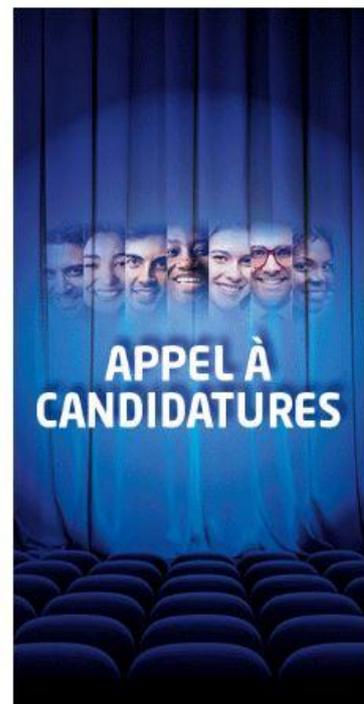
DÉSINTOX

Non, Sarkozy n'a pas tenu toutes ses promesses de campagne en 2007

Par Cédric Mathiot — 4 novembre 2015 à 10:18



Nicolas Sarkozy, mardi, au siège de son parti. Photo Matthieu Alexandre. AFP



L'ancien président de la République a affirmé ce mercredi sur RTL n'avoir oublié aucun de ses engagements de campagne. Il faut lui rafraîchir la mémoire.

➔ Non, Sarkozy n'a pas tenu toutes ses promesses de campagne en 2007

INTOX. C'est le petit défi du matin. Sur RTL, Nicolas Sarkozy a pris un air outragé et a déclaré : «Citez moi une seule promesse de 2007 que je n'ai pas tenue !» Chiche.

DESINTOX. Il suffit de se plonger dans son programme de l'époque.

(suite de l'article page suivante)

(suite et fin de l'article de la page précédente)

The image shows a two-page document from a 2007 political campaign. The left page is titled "ENSEMBLE LE PAYS DEVIENT POSSIBLE" and features a portrait of Nicolas Sarkozy. The right page is titled "APPEL À CANDIDATURES" and shows a group of people's faces. The document lists various promises made during the campaign.

ENSEMBLE LE PAYS DEVIENT POSSIBLE

Depuis vingt-cinq ans, nous vivons sous la Magie du 17 mai. Et nous sommes en train de nous en rendre compte. Les Français, les Françaises, les Françaises et les Français ont fait un pacte. Ils ont dit : « Nous sommes ensemble, nous sommes ensemble, nous sommes ensemble. »

1. Mettre fin à l'immigration sauvage

Le premier devoir de politique est de protéger le territoire. C'est la responsabilité première de tout chef d'Etat. C'est pourquoi, dans mon gouvernement, les ports qui accueillent nos compatriotes l'Etat ont été renforcés, et les ports qui accueillent nos compatriotes l'Etat ont été renforcés, et les ports qui accueillent nos compatriotes l'Etat ont été renforcés.

2. Une démocratie irréprochable

La confiance et l'implication de nos citoyens sont au cœur de notre action. Je veux que vous soyez pleinement impliqués dans la vie de notre pays, et que vous soyez pleinement impliqués dans la vie de notre pays.

APPEL À CANDIDATURES

Je veux que vous soyez pleinement impliqués dans la vie de notre pays, et que vous soyez pleinement impliqués dans la vie de notre pays.

Et voilà une petite revue (non exhaustive) des promesses oubliées du quinquennat Sarkozy.

- « Mon gouvernement sera limité à 15 ministres. » (p.5)
- « Je ferai en sorte que les titulaires d'un minimum social aient une activité d'intérêt général, afin d'inciter chacun à prendre un emploi plutôt qu'à vivre avec l'assistanat. » (p.7)
- « Nous créerons un contrat de travail unique. » (p.8)
- « Un statut de beaux-parents valable pour les familles recomposées et homoparentales. » (p.11)
- « Je veux, en revanche, reconnaître la sincérité de l'amour homosexuel, en créant une union civile donnant les mêmes droits aux couples de même sexe qu'aux couples mariés. » (p.11)
- « J'allouerai des allocations familiales dès le premier enfant. » (p.11)
- « Je suis pour que les élèves se lèvent quand les professeurs entrent dans les classes. Je souhaite que l'école devienne un lieu sans violence, sans portable, sans casquette, sans cigarette » (p.11).
- « Je créerai un service civique obligatoire de six mois. » (p.12)
- « J'instaurerai des plafonds annuels d'immigration. » (p.14)
- « Je créerai une cinquième branche de la protection sociale pour consacrer suffisamment de moyens à la perte d'autonomie. » (pp.14-15)

Cédric Mathiot

f PARTAGER
🐦 TWEETER

📄
✉

> 281 COMMENTAIRES

Capture 14. « Non, Sarkozy n'a pas tenu toutes ses promesses de campagne en 2007 » (page consultée le 10 octobre 2017).

Du jugement à la raillerie

Dans ce court article de *Libération* « Désintox », on peut noter à la fois la formulation du titre, qui affirme clairement la contradiction de la personnalité dont les propos sont fact-checkés (« *Non, Sarkozy...* », et à la fois plusieurs procédés rhétoriques à vocation humoristique : de la manière de citer la personnamité (par son seul nom de famille « *Sarkozy* ») aux expressions familières (« *il faut lui rafraîchir la mémoire* »), en passant par des termes destinés à démontrer la facilité avec laquelle la démonstration du mensonge peut être faite (« *petit défi du matin* », « *chiche* », « *il suffit de...* », « *petite revue* »...).

Tous ces termes et expressions sont placés là pour marquer une forme de condescendance des journalistes à l'égard de celui qui ose mentir et manipuler ses auditeurs. Il s'agit de faire passer l'idée qu'il est possible et facile pour un politique d'être pris au mot et que, deux heures après l'interview sur une radio nationale, ses propos soient vérifiés en ligne. Ce ton railleur dans l'article est ainsi susceptible de plaire à un lectorat dont les idées sont *a priori* relativement proches de la ligne éditoriale de *Libération* et donc assez opposées à Nicolas Sarkozy. Mais un tel aspect « *donneur de leçon* » à propos d'une matière factuelle ne garantit aucun impact sur les lecteurs supporters de la personnalité en question.

Il est notable que les articles et chroniques de fact-checking y compris ne fassent pas systématiquement exception à cette constante des productions journalistiques, alors que cela pourrait probablement renforcer leur crédibilité et éviter qu'elles ne puissent être taxées d'un engagement et d'une idéologie quelconques. Certains, pourtant, ont tenté de contourner cet écueil, à l'instar de l'équipe du « Véritomètre » du *pure-player Owni*, en partenariat avec la chaîne d'information en continu *i>Télé*, lors de la campagne présidentielle 2012. « *Lors de nos interventions télévisées, la chaîne voulait nous donner un rôle de justicier, raconte Sylvain Lapoix ; mais nous, on était positionnés sur du datajournalisme.* » En effet, Le « Véritomètre » n'ambitionnait pas de trancher par vrai ou faux les déclarations de politiques. Il recensait « *tous les éléments chiffrés ou chiffrables* » utilisés par les six principaux candidats dans les discours et émissions politiques, la presse nationale et régionale, « *avec le même*

nombre de vérifications pour chacun ». Puis il accordait un point pour chaque référence chiffrée donnée avec précision, un demi-point pour chaque référence jugée imprécise (5 à 10% de marge avec la donnée initiale) et aucun point pour chaque référence incorrecte (plus de 10% de marge avec la donnée initiale), pour obtenir un classement « *objectivé* » des politiques les plus respectueuses des données sur lesquelles ils fondent leur programme.

Et ce n'est là qu'une initiative de fact-checking politique spécifiquement développée pour échapper aux travers du jugement sentencieux, classique dans ce type d'exercice. Nous verrons un peu plus loin (chapitre 7) que des sous-familles de fact-checking ont émergé, nombreuses, pour contourner les aspects les plus critiqués de la vérification. Ces aspects les plus critiqués, nous continuons toutefois à les évoquer ci-après.

6.2.2. Une vérification à contretemps, sous contraintes et liée à l'agenda politique

Ainsi que nous l'avons expliqué d'emblée, l'une des principales caractéristiques du fact-checking de nouvelle génération – le plus souvent politique, donc – réside dans le fait qu'il n'est pas diffusé en même temps que le propos auquel il s'applique et, le plus souvent donc, pas avec la même audience, ni sur le plan quantitatif (un journal de 20 Heures touche plus de personnes qu'un article sur un site internet d'information), ni sur le plan qualitatif (les partisans de tel homme politique ne sont pas forcément les lecteurs ou auditeurs des rubriques de vérification). Cet aspect ne discrédite pas le fact-checking en tant que production journalistique autonome ; mais il questionne sur ses objectifs profonds. Notamment, il conduit, comme nous l'avons expliqué plus haut, à se demander pourquoi les publications print et web ne cherchent pas à diffuser simultanément aux interviews des politiques les vérifications qui les accompagnent et, finalement, pourquoi les journalistes fact-checkeurs s'attachent à vérifier en priorité (voire systématiquement) les propos que les hommes politiques ont tenus ailleurs que dans leur propre média.

En somme, les questions de timing sont au cœur des critiques qui accompagnent la pratique du fact-checking. Et elles le sont plus particulièrement pour trois raisons. La première concerne le décalage temporel qui existe entre la déclaration faite par telle

ou telle personnalité et sa confirmation ou son infirmation dans les articles et chroniques de vérification. En effet, n'est-il pas vain de publier une évaluation de la véracité d'une assertion à contretemps ? Cette question est doublement intéressante car non seulement l'évaluation en question n'a ainsi que peu de chances de toucher le même public, les mêmes personnes qui ont été exposées à la déclaration initiale mais, en plus, elle élargit le cercle du public confronté à l'argument que les fact-checkeurs veulent parfois déconstruire et faire oublier.

En quelque sorte, les critiques se focalisent sur le retard que prend la vérification par rapport à la déclaration initiale : ils considèrent que le mal est fait, qu'il restera toujours quelque chose du mensonge ou de la contre-vérité diffusés initialement et que la vérification qui arrive après-coup n'a généralement pas de poids. Il faut préciser, en effet, que les journalistes en charge de ces contenus de vérification concentrent leur travail sur des déclarations qui ont été le plus largement diffusées – à des heures de grande écoute à la télévision ou à la radio généralement – celles qui ont donc reçu le plus d'échos auprès du grand public ; or, la plupart de leurs contenus vérifiés, eux, n'ont quasiment jamais ce même écho (audiences plus faibles de leurs articles et chroniques). Et, lorsqu'ils l'ont, sur *Europe 1*, *France 2* ou *France Info* par exemple, ils ne touchent pas le public initialement concerné, car leur travail ne se focalise jamais sur leur propre antenne.

Les fact-checkeurs eux-mêmes sont conscients de cette première limite forte à la crédibilité et à l'efficacité de leur travail. Jean-Philippe Balasse (« Le Vrai-Faux de l'Info », *Europe 1*) l'exprime d'ailleurs assez clairement, en essayant de mentionner des approches alternatives :

*« La vérification en direct est un fantasme, surtout en télévision. Nous l'avons essayée également, mais il ne suffit pas de consulter Google et Wikipédia, ni même de chercher à anticiper les thèmes que le politique abordera au cours d'une interview. Il y a toujours un temps de recherche incompressible ; a minima, il faut pouvoir accéder à des archives de vérification. »*³⁶⁰

³⁶⁰ Entretien réalisé le 31 juillet 2015.

Cette analyse est aussi celle que fait Guillaume Launay, contributeur de « Désintox » aux débuts de la rubrique :

« Il faut beaucoup de temps pour vérifier. (...) Le fact-checking en direct ne fonctionne pas alors que c'est cela qui compte, finalement. Bourdin et Cohen le font un peu... Tant que les hommes politiques pourront passer par-dessus sans être mis à l'amende, ça n'ira pas. Car quand le web et la presse écrite reviennent dessus, même si ça marche bien, ils n'ont pas la même force. »³⁶¹

Ce biais est en effet largement exploité par les personnalités politiques qui savent jouer de ces temps incompressibles de travail des fact-checkeurs pour utiliser et répéter à l'envi leurs arguments, y compris lorsqu'ils sont fondés sur de fausses informations. C'est notamment ce qu'ont observé Baptiste Bouthier, de *Libération* et Nicolas Chapuis, à la tête du service politique du *Monde*. Le premier explique : « *Les politiques savent que leurs messages au « 20 Heures » de TF1 sont plus forts que notre « Désintox » ; leur principe est celui du « calomniez, calomniez, il en restera toujours quelque chose » !* »³⁶². Son confrère du *Monde* indique, lui :

« Réduire le nombre de mensonges et de contre-vérités avec le fact-checking, on en est revenu. Les hommes politiques disent autant de conneries, parce qu'ils se disent qu'il en restera toujours quelque chose, toujours plus que de la vérification. »³⁶³

La deuxième raison pour laquelle le timing concentre des critiques à propos du fact-checking est liée à un biais de production des contenus. Un certain nombre de rubriques et chroniques de fact-checking sont soumises à un rythme de publication ou de diffusion. Cela induit, de la part des journalistes qui en ont la charge, une obligation de production à un instant T, la soumission à une forte contrainte de bouclage. Nous y reviendrons en détail dans la partie que nous consacrons ci-après aux conditions de production justement (chapitre 7), mais il est d'ores et déjà possible

³⁶¹ Entretien réalisé le 17 mai 2016.

³⁶² Entretien réalisé le 30 juillet 2015.

³⁶³ Entretien réalisé le 8 juillet 2016.

d'affirmer que, bien évidemment, tout travail qui doit répondre à de tels impératifs de timing nécessite, pour les professionnels concernés qui souhaitent atteindre leur objectif, de faire des choix en termes de sélection des assertions à vérifier (trop complexes, elles ne pourraient être vérifiées dans les temps).

Cela transparaissait déjà dans une critique émise en novembre 2014 par le journaliste Benjamin Lagues, sur le site de critique des médias *Acrimed*. Il y affirmait :

« Rapidement devenu victime de son succès, le « fact-checking » est en réalité devenu un genre quasi-autonome dans certains médias : équipe dédiée, chronique quotidienne, rubrique hebdomadaire, etc. In fine, puisqu'une case est à remplir, il fallait vérifier à tout-va. Et dans l'urgence, souvent, seules les données les plus rapidement vérifiables sont analysées. Résultat : une vérification industrielle de « faits », mais une production parfois famélique d'informations. »³⁶⁴

Ce mode opératoire ne permet pas toujours de prendre en compte, en revanche, l'intérêt politique et/ou informationnel de la citation retenue. En outre, cela peut influencer le contenu des articles et chroniques en incitant les journalistes à opter, parfois, pour des solutions de facilité et contourner les sujets les plus complexes (en optant pour de simple vérification de données chiffrées par exemple), alors que la durée des chroniques elle-même constitue déjà un frein à l'évocation de certains thèmes trop ardues pour être tranchés en deux minutes. Sur ce point, nous rejoignons le point de vue exprimé par le sociologue Jean-Marie Charon, dans une interview donnée à *Atlantico*, en 2013 :

« Si le fact-checking s'enferme dans l'immédiateté ou la seule question des chiffres, il s'engage dans une impasse, s'exposant à superposer des approximations sur des approximations, sans permettre d'exprimer le potentiel de pédagogie qu'il recèle pour le public. (...) À mon sens, la

³⁶⁴ LAGUES Benjamin, « Le « fact checking » : une pratique féconde... mais pas autosuffisante », *Acrimed*, 12 novembre 2014. Disponible sur : <http://www.acrimed.org/Le-fact-checking-une-pratique-feconde-mais-pas-auto-suffisante> (page consultée le 19 juin 2017).

démarche la plus intéressante en matière de fact-checking est celle qui ne se donne pas a priori de délais dans le traitement du sujet. »³⁶⁵

Ce constat est d'ailleurs établi par des fact-checkeurs eux-mêmes, quand ils émettent un point de vue critique sur leur propre travail ou celui de leurs confrères. Maxime Dautreppe, journaliste de l'AFP qui a participé à la création de *Lui Président* en fait partie et met en garde :

« Quand il y a une exigence de périodicité, ça rend compliqué l'exercice. On peut aller mégoter sur des trucs finalement un peu anecdotiques. Et ça n'aide pas vraiment à juger de la qualité d'un homme politique... »³⁶⁶

C'est aussi ce biais-là qui conduirait des journalistes à choisir le fact-checking de phrases vraies, finalement. Or un tel choix remet parfois en cause la raison d'être de la vérification pour certains fact-checkeurs comme Baptise Bouthier, de *Libération* :

« Pour moi, faire du vrai, c'est du remplissage. Où cela s'arrête-t-il, le vrai ? (...) Ceux qui le font le font par commodité, car c'est beaucoup plus dur de trouver du faux. »³⁶⁷

En presse écrite via Internet, il semble toutefois que ce biais soit plus facilement contourné, puisque les articles peuvent être plus longs et que leur publication ne dépend plus vraiment du lourd et contraignant processus de publication des journaux. Cela peut permettre de rendre plus confortable un travail dans la durée, qui prend la journée souvent, voire deux jours ou jusqu'à un mois même, pour les sujets les plus techniques, selon les journalistes fact-checkeurs de presse écrite. Face à ces deux premières raisons, d'aucuns appellent de leurs vœux un fact-checking en direct des discours et interviews donnés à la télévision ou à la radio notamment. Mais la complexité d'une mise au point s'accommode mal d'un travail dans l'urgence, même si, aujourd'hui, nombreuses restent les initiatives qui œuvrent pour concilier immédiateté et vérification de qualité.

³⁶⁵ CHARON Jean-Marie, « Le fact checking constitue-t-il forcément une avancée démocratique ? », *Atlantico*, 22 février 2013. Disponible sur : <http://www.atlantico.fr/decryptage/fact-checking-constitue-t-forcement-avancee-democratique-jean-marie-charon-643834.html#9f2o8wzWoQiKhERB.99> (page consultée le 13 juin 2017).

³⁶⁶ Entretien réalisé le 10 février 2016.

³⁶⁷ Entretien réalisé le 30 juillet 2015.

Enfin, la troisième raison, qui fait des questions de timing un biais de production du fact-checking, est plus récurrente encore dans l'univers de la critique des médias. Elle concerne les questions, toujours délicates, d'agenda des médias et de la prise d'initiative pour mettre un sujet ou un thème sur le devant de la scène à tel ou tel moment. Nous n'irons pas jusqu'à reprendre sans recul les notions d'*agenda-setting*, théorisée par Maxwell McCombs et Donald Shaw³⁶⁸, et d'*agenda building*, développée notamment par Roger Cobb et Charles Elder³⁶⁹ sur le processus collectif d'élaboration d'un agenda faisant intervenir les médias, le public et les décideurs, politiques notamment. Ces approches ont en effet, depuis, été largement critiquées et amendées, notamment parce qu'elles ne prennent pas en compte toute la complexité et la contingence des situations³⁷⁰.

Toutefois, pour ce qui est du cas particulier des journalistes fact-checkeurs, c'est un fait qu'ils ont pour seul objectif de focaliser leur attention sur les assertions des personnalités publiques et des hommes politiques faites dans l'espace public. Ce faisant, ils sont tributaires de ce qui est dit ou n'est pas dit à l'instant T auquel ils doivent rédiger leur article ou enregistrer leur chronique. L'initiative de traiter tel ou tel sujet ne leur revient donc pas intégralement ; tout juste doivent-ils être le plus complètement informés des termes prononcés et des thèmes évoqués. Cela peut sembler dommage dans la mesure où le fact-checking constitue souvent un réel travail d'enquête, conduit par des équipes dotées de moyens réels (parfois conséquents) au sein de leur média : il ne leur est pas vraiment possible de s'extraire de l'actualité et de faire un pas de côté pour enquêter de manière originale ; ils ne peuvent prendre la main ; ils doivent suivre le tempo imposé par les personnalités politiques, y compris quand, stratégiquement, ceux-ci peuvent être tentés de créer des manœuvres de diversion après telle ou telle prise de position ou mesure contestée par le plus grand nombre.

³⁶⁸ MCCOMBS Maxwell, SHAW Donald, « The agenda-setting function of mass media », *Public Opinion Quarterly*, vol.36, 2, 1972, p. 176-187

³⁶⁹ COBB Roger, ELDER Charles, *Participation in American Politics : The Dynamics of Agenda-Building*, Boston, Allyn and Bacon, 1972.

³⁷⁰ CHARRON Jean, « Les médias et les sources. Les limites du modèle de l'agenda-setting », *Hermès, La Revue* 1995/3 (n° 17-18), p. 73-92.

C'est en particulier ce que dénonçait le journaliste de *Marianne* Daniel Bernard, dans un article assez critique, dès la fin 2012 :

« Cet exercice, pour être salubre, scotche le journaliste au niveau du balayeur de rue, du croque-mort ou de l'huissier constatant le SMS qui signe l'adultère. Métier essentiel, mais ingrat. L'initiative, en effet, reste au menteur, qui décide du sujet comme du tempo, ne laissant au petit greffier de l'information que l'illusion de l'héroïsme vérificateur. Désormais, dans les rédactions comme au supermarché ou à l'Assemblée nationale, il est acquis que la vérité coûte cher à dire – alors que le mensonge rapporte, qu'il soit proféré ou... dénoncé. »³⁷¹

Philippe Onillon qui, à l'AFP, réfute l'utilité du fact-checking, confirme ce point de vue :

« L'autre problème du fact-checking, c'est la liste des sujets ; c'est-à-dire qu'on laisse les hommes politiques maîtres des sujets, des agendas ; on ne vérifie que ce qu'ils disent eux. Ce dont ils ne parlent pas, on ne le vérifiera pas. On réduit encore le spectre. Or c'est une des noblesses du journalisme que de décider des sujets. »³⁷²

Ces questions de timing comptent ainsi pour une part non négligeable des critiques les plus souvent opposées à la pratique du fact-checking. D'une part parce que lorsqu'une vérification intervient à contretemps par rapport à la diffusion d'un mensonge, elle perd de son sens et de sa consistance. D'autre part, les fact-checkeurs sont eux aussi soumis, comme la plupart des journalistes, à des impératifs de production et de mise en ligne de leurs articles ou de diffusion d'une chronique ou sujet avec régularité. Enfin, parce que de tels articles de vérification n'existent qu'en réaction à des assertions parfois sciemment choisies (par les politiques notamment, au gré de leurs propres stratégies de communication³⁷³) pour occuper les débats et décider de ce dont on parlera à telle ou telle période.

³⁷¹ BERNARD Daniel, « Les mensonges ça suffit ! », *Marianne*, 19 décembre 2012. Disponible sur : <https://www.marianne.net/politique/les-mensonges-ca-suffit> (page consultée le 13 juin 2017).

³⁷² Entretien réalisé le 22 février 2016.

³⁷³ MERCIER Arnaud, « Pour la communication politique », Hermès, 28/1, 2004.

6.2.3. Une oscillation permanente entre objectivité et subjectivité

Les critiques faites au sujet de la pratique du fact-checking comprennent également, outre les questions de positionnement et de timing ou de gestion de l'actualité, celle de l'objectivité. C'est en effet l'une des principales remarques régulièrement adressées aux journalistes en charge de ces rubriques et chroniques. Nous reviendrons sur la manière dont le contenu des productions de fact-checking permet de répondre en partie à cette critique, que ce soit en termes de sources utilisées, de camps politiques contredits ou approuvés à travers les déclarations vérifiées, d'écriture aussi et de ton employé pour crédibiliser ou décrédibiliser une assertion. Toutefois, il est intéressant de faire le point ici sur la manière dont sont formulées et comprises les remarques à propos de l'objectivité du travail des fact-checkeurs, en France comme à l'étranger d'ailleurs.

Sur ce point l'analyse de Lucas Graves, un des chercheurs américains qui ont le plus étudié le développement du fact-checking au cours de ces dernières années, est particulièrement éclairante. Appelé par l'AFP à se prononcer sur ce sujet en avril 2014, à quelques semaines du premier sommet mondial du fact-checking, à Londres, cet enseignant de l'école de journalisme de l'université du Wisconsin décrivait ainsi ce travail journalistique avec une formule audacieuse :

« Il est difficile d'établir des faits de telle manière que personne ne trouve rien à y redire. Et c'est particulièrement vrai quand il s'agit du type de faits que les hommes politiques transforment. Tous les vérificateurs auxquels j'ai parlé sont ouverts à ce sujet : ils disent que leur travail relève autant d'un art que d'une science. Même s'il est impossible d'établir les faits de sorte qu'ils puissent convaincre tout le monde, c'est encore pire de laisser les choses en l'état et de permettre aux politiciens de faire ce qu'ils veulent. »³⁷⁴

³⁷⁴ « It's hard to establish something in a way that no one can disagree with. It is especially true when it comes to the kinds of facts that politicians traffic. All the fact checkers I've talked to are open about this, they say it is as much art as science. While it is impossible to nail down facts in a way to convince everyone, it is even worse to leave things in a way for politicians to spin any way they want. »

LEVER Rob, « Fact-Checkink Journalism Gains Monumentum », AFP, 12 avril 2014. Disponible sur : <http://news.tfionline.com/post/82678324772/fact-checking-journalism-gains-momentum> (page consultée le 1er août 2017).

De l'art plutôt que de la science... Cet argument avancé par Lucas Graves a de quoi interpeller les journalistes en charge des rubriques et chroniques en question, ainsi que leurs supporters et détracteurs. Mais il souligne à quel point l'exercice qui consiste à se positionner à tout prix, parfois en se conformant à un canevas ou à une trame pré-définie, peut poser des difficultés. Le chercheur revient d'ailleurs sur ce point dans son ouvrage sur le développement du fact-checking dans le journalisme américain et intitulé – non sans provocation – *Deciding What's True* (par résonance avec l'ouvrage de référence *Deciding What's News*, d'Herbert J. Gans en 1979). Autrement dit : décider ce qui est vrai. Après avoir décrit toutes les règles et procédures mises en place dans les trois principaux médias fact-checkeurs américains pour tenter d'objectiver leur travail, de cerner des faits qui seraient des sortes « d'équivalents épistémologiques des atomes, des particules élémentaires » (interviewer l'auteur de la citation, utiliser des données de sources officielles, consulter des experts indépendants, etc.), il explique :

« Mais vérifier les faits est un travail plus glissant que ce que son image idéalisée suggère. (...) Ces journalistes opèrent dans un monde où les déclarations signifient souvent plus qu'elles ne disent et où les faits n'ont de sens que dans le cadre de dispositions institutionnelles particulières. Leur analyse est toujours sujette à caution dans le sens où elle fait passer les vérificateurs pour des acteurs politiques et remet en question leur prétention à l'objectivité. »³⁷⁵

Une étude sur ce thème, également conduite aux États-Unis – il n'y en a pas de telle pour l'heure en France – a d'ailleurs analysé, en 2015, si les trois principaux sites de fact-checking américains (*FactCheck*, *Politifact*³⁷⁶, « The Fact-Checker »), qui ont produit à eux seuls les trois quarts des contenus de fact-checking entre 2003 et

³⁷⁵ « *But checking facts is more slippery work than that idealized picture suggests. (...) These journalists operate in a world where statements often mean more than they say, and where facts only cohere in the context of particular institutional arrangements. Their analysis is always open to challenge in ways that cast the fact-checkers as political actors and question their claim to objectivity.* »

GRAVES Lucas, *Deciding What's True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News*, op.cit., p. 142

³⁷⁶ Les biais de *Politifact* font même l'objet d'un blog dédié, aux États-Unis, animé par deux bénévoles qui dénoncent les partis-pris idéologiques du site de fact-checking. Disponible sur : <http://www.politifactbias.com/p/about-politifact-bias.html> (page consultée le 9 août 2017)

2012³⁷⁷, sont pourvoyeurs ou non d'enseignements cohérents sur les sujets les plus contestés. Sa conclusion est pour le moins mitigée, puisque l'on peut y lire :

« Nos résultats, cependant, contredisent à la fois l'approbation des vérificateurs par les médias et à la fois la cohérence de leurs résultats. Lorsqu'ils sont examinés du point de vue des réalités discutées de nos politiques, les fact-checkers ne sont d'accord ni sur les questions posées ni sur les réponses proposées. »³⁷⁸

Ce constat sévère, fondé sur l'étude des contenus produits par ces trois sites pionniers pendant deux années complètes (du 1^{er} janvier 2012 au 31 décembre 2013), remet donc en cause très fortement la vocation pour un traitement le plus objectif possible des arguments politiques par les fact-checkers. Il est vrai que certaines contradictions ou options contraires observées dans le choix des assertions traitées et parfois même dans les conclusions qui découlent des différentes enquêtes menées ont de quoi interpellier.

D'ailleurs, quelles que soient les procédures et les règles que s'imposent les fact-checkers – et elles sont d'ailleurs bien moins strictement énoncées en France d'une manière générale, souvent introuvables sur les sites Internet notamment – le simple fait de promettre la vérité attise toutes les oppositions les plus véhémentes à cette démarche journalistique. Certes, les vérificateurs, en France comme ailleurs, s'attachent à aller chercher les sources les plus fiables et les plus nombreuses ; mais ils les mettent forcément, à un moment ou à un autre, au service d'une démonstration qui peut elle, de son côté, sembler discutable. Ce point de vue a été relevé en 2014 par l'historienne Bénédicte Chéron, dans une tribune des pages débats du *Figaro* :

« Pendant une dizaine de mois donc, chaque jour ou chaque semaine, un même petit nombre réduit de personnes décident des paroles qu'elles

³⁷⁷ Ce décompte provient du mémoire de thèse d'Amanda Wintersieck, décliné ensuite dans l'article suivant : WINTERSIECK Amanda, FRIDKIN Kim, « The Rise of Fact Checking in American Political Campaigns », *The Praeger Handbook of Political Campaigning in the United States*, New York, 2016.

³⁷⁸ « Our results, however, disagree with both the broad media endorsement of the fact-checkers and the consistency in their findings. When examined from the perspective of the disputed realities of our politics, the fact-checkers do not agree on the questions asked or the answers offered. »

MARIETTA Morgan, BARKER David, BOWSER Todd, « Fact-Checking Polarized Politics: Does The Fact-Check Industry Provide Consistent Guidance on Disputed Realities? », *The Forum*, Berlin, 2015, 13(4), p. 592.

Voir également l'étude suivante, qui aboutit à une conclusion proche à propos de *Politifact* et *The Fact Checker* : LIM Chloe, « Checking How Fact-checkers Check », *Stanford University*, Palo Alto, 2017, 16 p.

démonteront ou auxquelles elles accorderont leur imprimatur. Ces personnes, et c'est bien naturel, ont leurs propres opinions. Elles font bien entendu la plupart du temps tout le travail journalistique nécessaire de distance avec leurs opinions ; mais si la vérification de chiffres prête souvent peu à polémique (même si, les chiffres étant donnés, on peut ensuite leur faire dire à peu près ce qu'on veut), ce travail devient soudainement plus ardu quand on entre dans le domaine de l'analyse des faits et des concepts. (...) Alimenter le débat par le contre-argument est une démarche saine. Le clore par des démonstrations qui peuvent prendre toutes les apparences de la vérité incontestable est discutable et peut donner l'impression d'une leçon donnée plutôt que d'une information apportée. »³⁷⁹

Ce qui gênerait le plus, finalement, ce n'est pas tant la subjectivité de certains procédés ou de certaines conclusions dans l'approche journalistique des fact-checkeurs, mais bien l'exercice lui-même, qui, dans sa construction, ses fonctionnements, ses mécanismes et ses présupposés, laisse penser à ceux qui le consultent qu'ils ont affaire à une démarche totalement objective, du choix de l'assertion jusqu'au verdict : ce que les autres font mal ou approximativement, nous, nous nous engageons à le faire bien, mieux, sans contestation possible.

Si bien que tous les journalistes ne sont pas convaincus de vouloir endosser une telle responsabilité, finalement lourde à porter. C'est ce qui ressort de leurs propos parfois, à l'instar de ce qu'expliquent le plus souvent les plus expérimentés d'entre eux. Nous pouvons citer ici Jean-Philippe Balasse, en charge du « Vrai-Faux de l'Info » d'*Europe 1* :

« La chronique est clivante et stressante. Car ce n'est pas un éditto, je ne suis pas là pour donner mon avis. Souvent, on me dit : « Vous n'êtes pas objectif. » Pour moi, cela n'existe pas. On est son parcours, sa vie, on

³⁷⁹ CHÉRON Bénédicte, « Onfray et l'objectivité discutable du fact-checking », *Le Figaro*, 24 septembre 2014. Disponible sur : <http://www.lefigaro.fr/vox/medias/2014/09/24/31008-20140924ARTFIG00362-michel-onfray-et-l-objectivite-bidon-du-fact-checking.php> (page consultée le 1er août 2017).

n'est pas une machine. J'essaie d'être honnête et de montrer la complexité de trancher. »³⁸⁰

Sans être lui-même fact-checkeur, Hervé Brusini, qui en encadre plusieurs à la tête des rédactions web de *France Télévisions*, met également en garde :

« Pour moi, le fact-checking n'est pas un bâton d'aveugle qui met à l'abri de toute erreur. Il faut admettre la possibilité de l'erreur dans le journalisme. Ce n'est pas une activité scientifique ! »³⁸¹

Ceux qui gèrent au quotidien cette contradiction entre leur démarche, qu'ils considèrent fondamentalement comme journalistique, et les attentes de leur entourage professionnel, de leur hiérarchie ou du public, pour une production strictement objective, se posent finalement beaucoup de questions. C'est notamment le cas d'Antoine Krempf, qui produit chaque jour une chronique de vérification, non sans anxiété :

« On me demande généralement un vrai ou un faux tranché. (...) C'est parfois difficile au point où quand Europe 1 fait le même sujet que moi à un ou deux jours d'écart, il arrive qu'avec les mêmes sources nous parvenions à des résultats différents. Parfois, en effet, ce n'est pas facile de décerner un vrai plutôt qu'un faux ; alors nous pouvons nous contredire. J'ai un devoir d'honnêteté face à une déclaration complexe. Un devoir de précision. Parfois cela me fait dire : « C'est plutôt vrai/faux... » Je ne tranche pas à tout prix. »³⁸²

On perçoit là encore les injonctions contradictoires qui peuvent amener un journaliste sur un terrain qu'il préférerait éviter, à l'issue de ses recherches, ne serait-ce que pour s'assurer de ne pas faire d'erreur. Cela est instructif quant aux contenus de ces rubriques et chroniques qui répondent finalement, parfois, à bien d'autres impératifs que celui de « simplement » déterminer la vérité dans un sujet donné et par rapport à une assertion donnée.

³⁸⁰ Entretien réalisé le 31 juillet 2015.

³⁸¹ Entretien réalisé le 9 septembre 2016.

³⁸² Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

Des journalistes ont tenté un temps de promouvoir un fact-checking plus objectif. Avec le « Véritomètre », ainsi que nous l'avons décrit précédemment, les data-journalistes et fact-checkeurs du *pure-player Owni*, aujourd'hui fermé, ont souhaité s'extirper des exercices classiques pour proposer une vérification centrée sur les chiffres employés par les hommes politiques et consultables dans les données ouvertes et la statistique publique. Sylvain Lapoix a fait partie des instigateurs de ce raisonnement, pour « *sortir du vrai/faux, d'un fact-checking orienté qui revient à dire que tout le monde ment, le tous pourris qui ne permet de comparer les hommes politiques entre eux que dans le négatif* »³⁸³. Un souhait d'objectiver la vérification qui, pour le coup, déplâit à Cédric Mathiot, de « Désintox » :

*« Le fantasme de l'objectivation totale du « Véritomètre », qui était un outil génial avec une manière totalement idiote de faire le travail, revient à voir uniquement le petit bout de la lorgnette, la querelle de chiffres et pas les idées ; c'est la caricature du chiffre après la virgule qu'on corrige. Il y a aussi eu cette ambition naïve chez les « Décodeurs », avec une prétention à objectiver les choses avec le data en complément, alors que ni les faits, ni la vérité n'existent. Il faut je pense de la retenue par rapport à ça et qu'il faut, comme à Libé, continuer à distinguer data et fact-checking.... »*³⁸⁴

Ainsi, le travail sur les chiffres pour disposer d'une base solide afin de prendre éventuellement en défaut les politiques ne serait pas une idée aussi brillante que cela pour les uns, quand les autres critiquent, eux, les travers de l'estampillage vrai/faux sur les argumentations des hommes et femmes politiques. Bien entendu, le débat n'est pas simple à trancher. Toutefois il est symptomatique des reproches qui sont généralement adressés aux fact-checkeurs sur ce terrain-là, que ce soit par les professionnels du journalisme, les politiques ou même le grand public. Rendre plus ou moins objectif ce travail de sélection et d'évaluation de la parole publique des responsables reste difficile, quelle que soit la démarche que l'on essaye de mettre sur pied.

³⁸³ Entretien réalisé le 8 juillet 2016.

³⁸⁴ Entretien réalisé le 13 novembre 2015.

L'obstacle principal, d'ailleurs, au-delà des méthodologies de vérification mises en œuvre et même parfois promues auprès du grand public, c'est notamment la sélection. Le « Véritomètre » avait d'ailleurs le mérite de s'attaquer prioritairement à cette question par exemple, en traitant notamment tous les candidats à la même enseigne, mais en proposant ensuite un outil technique d'évaluation qui ne permettait pas de traiter les sujets sur le fond. Il nous faudra donc revenir sur cette question de la sélection en observant de plus près les méthodes de travail des fact-checkeurs.

Toujours est-il que face à l'ensemble de ces risques de dysfonctionnement et ces dénonciations des plus critiques à propos de cette pratique récente de fact-checking essentiellement politique, des journalistes cherchent, eux, à assurer des productions qui enrichissent leur média et sont susceptibles d'éclairer les citoyens. Sans arrière-pensée le plus souvent et décidés à apporter une nouvelle pierre à l'édifice des productions journalistiques, ils mettent au point, pour cela, des méthodologies de travail inédites, certes critiquables par certains aspects, mais pour la plupart, semblent-il, sincères.

CHAPITRE 7. SUR LE FOND, DES FAITS MAIS AUSSI DES CHOIX

7.1. Les méthodes de travail des fact-checkeurs

7.1.1. Un fonctionnement à part dans les organisations

Au sein des rédactions, force est de constater que les journalistes en charge des articles ou des chroniques de fact-checking occupent une place particulière, pour ne pas dire totalement à part. En effet, ainsi que nous l'avons montré en évoquant le profil sociologique de ces professionnels (paragraphe 4.3), il s'agit en général de jeunes journalistes qui officient au sein de cellules ou de services qui se sont construits empiriquement, le plus souvent à l'intérieur des services web. Ils ont ensuite développé leur savoir-faire progressivement, en s'ouvrant quelque peu à leur environnement – pour des questions hiérarchiques évidentes – en coordonnant davantage leurs contenus avec ceux des autres services, par exemple à l'occasion des conférences de rédaction. Cette ouverture a également, parfois, été amplifiée, au moins ponctuellement, à la faveur d'opérations spéciales telles que la constitution de *newsrooms* inter-services à l'occasion d'échéances électorales particulières (présidentielle 2012, présidentielle 2017 notamment).

Mais la double spécificité de leur mission, à la fois liée à la rapidité d'exécution et de diffusion via le web d'une part et à des savoir-faire de vérification poussée qui sont ceux des fact-checkeurs d'autre part, a tout de même conduit ces entités à conserver des marges de manœuvre bien distinctes de celles que l'on octroie généralement aux différents services. Ces marges de manœuvre, comme par exemple la possibilité de traiter des sujets généralement affectés à tel ou tel journaliste spécialiste ou rubricard, ont d'ailleurs été confortées, au fil du temps, par le succès des audiences de ces rubriques, à travers, notamment, leur diffusion sur Internet et les réseaux sociaux. Nous rappelons ici que plusieurs de ces entités disposent de leurs moyens propres de communication, dont ils se servent pour valoriser leur propre « marque » (paragraphe 5.3.2) et qu'elles maîtrisent parfois l'intégralité du parcours de la copie jusqu'à la mise en ligne, sans dépendre d'un quelconque éditeur extérieur à l'équipe. Tout cela a

ainsi un impact – fut-il indirect – sur le fond et donc les contenus diffusés. D'autant que ces contenus, bien qu'ils fassent l'objet d'une relative uniformisation, ou plutôt d'une relative normalisation qui les rapprochent de la constitution d'un véritable genre journalistique, font globalement état d'une certaine liberté de ton.

Or cette liberté, parfois, peut aller jusqu'à détonner avec le reste des contenus du média d'origine, voire contredire une culture maison enracinée depuis de très nombreuses années. Cela n'est bien sûr pas sans lien avec le mode de communication des médias à l'égard de leurs cibles sur Internet et les réseaux sociaux. Nous pensons ici au *Monde*, où « Les Décodeurs » peuvent afficher une politique de titres incitatifs pas vraiment usuels dans ses autres contenus, tout comme à certains commentaires de « L'Œil du 20 Heures », plus tranchés et proches de l'ironie que bien des sujets traités à l'occasion du journal télévisé de la chaîne de service public *France 2*. Nous y reviendrons, bien sûr, plus en aval de cette partie de notre travail.

Il est à noter, d'ailleurs, que ce positionnement spécifique au sein des rédactions est également lié à la nature même de l'exercice du fact-checking. Rappelons que la création de cet exercice de vérification, aux États-Unis, a d'abord été le fait de sites Internet dits *pure-players*, comme *Spinsanity.org* ou *FactCheck.org* et même *Politifact.com*, qui n'avaient donc pas à coordonner leur travail avec d'autres journalistes eux-mêmes responsables d'autres rubriques. Le fact-checking exigeant des professionnels une position quelque peu surplombante vis-à-vis des contre-vérités disséminées via les médias – le leur mais aussi et surtout les autres – à l'occasion de prises de paroles politiques, il n'est en effet pas aisé de le pratiquer confortablement au milieu de pairs, qu'ils soient intervieweurs ou autres, impliqués dans le traitement de l'actualité politique.

Dès lors, le discours des professionnels s'avère particulièrement révélateur de ces particularismes dans les méthodes de travail des fact-checkeurs et, donc, dans leur positionnement au sein de leur propre rédaction. Nous citerons ainsi Nicolas Chapuis, lui-même passé par le service web du *Monde* avant de devenir rédacteur en chef du service politique. Selon lui, la place à part des « Décodeurs », au sein de la rédaction, peut s'entendre ; mais elle contredit également certaines habitudes de coopération entre les services, qui permettent, elles, notamment, d'éviter les contradictions entre le travail des uns et celui des autres. Il sous-entend ainsi que le travail de vérification

à propos des déclarations de tel ou tel politique peut s'avérer gênant, par exemple, pour d'autres journalistes qui cherchent, de leur côté, à installer des relations de confiance avec lui :

« « Les Décodeurs », c'est un peu un État dans l'État, avec son propre circuit de copie, de relecture, son CMS... parfois nous ne sommes pas au courant de ce qu'ils font. (...) J'aimerais que nous travaillions de façon plus concertée, que nous puissions nous aussi donner des sujets aux « Décodeurs ». 95% de ce qu'ils font ne gênent pas le service politique... (...) Mais là, chacun vit sa vie dans son coin, sans trop de clashes tout de même. On va retravailler ensemble. »³⁸⁵

Autrement dit, le service politique n'a pas du tout la main sur les contenus politiques publiés par « Les Décodeurs » sur le site Internet du *Monde*. D'ailleurs, l'équipe de vérificateurs de ce quotidien prétend même aller plus loin encore, par exemple en allant jusqu'à offrir aux lecteurs eux-mêmes la possibilité de proposer des contenus à fact-checker. C'est ce que rapporte Samuel Laurent, responsable des « Décodeurs », qui ainsi entérine l'idée selon laquelle les contenus de vérification échappent à de nombreuses contraintes internes à leur média d'origine, s'en affranchissent pour mieux rendre, à la faveur des échanges directs offerts par Internet et les réseaux sociaux, une sorte de service de vérification public aux citoyens. Il affirme :

« Les phrases à vérifier nous viennent aussi des lecteurs qui nous envoient des trucs : « Machin a dit ça, est-ce que c'est vrai ? » Et ils nous attendent aussi de plus en plus sur les gros événements, comme dès qu'il y a un « Des Paroles et des Actes », où les gens s'attendent à ce qu'il y ait un truc le lendemain. Avant, on « livait » l'émission, mais on ne le fait plus. »³⁸⁶

Tous ces aspects, ainsi que la question des journalistes responsables des rédactions et rubricards, majoritairement issus de la culture de la presse imprimée et plus rarement de la culture Internet, font que les cellules de fact-checking des médias fonctionnent assez souvent en vase relativement clos. Cette situation est également perçue ainsi par

³⁸⁵ Entretien réalisé le 8 juillet 2016.

³⁸⁶ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

Guillaume Launay, rédacteur en chef web de *Libération*, qui parle, lui, à propos de « Désintox », auquel il a contribué il y a plusieurs années, d'« *une petite bulle à part, qui publie directement ses contenus sur le site Internet du journal, sans trop en référer à qui que ce soit* »³⁸⁷.

La question de l'autonomie de travail au sein même de rédactions très hiérarchiquement organisées par ailleurs se pose différemment dans les médias audiovisuels. Là, il n'est pas question de diffuser quoi que ce soit qui n'ait pas été validé par la rédaction en chef ou la direction de la rédaction. Toutefois, les rapports et échanges avec les autres services sont réduits au strict nécessaire, voire inexistants, puisque les thèmes proposés par les fact-checkeurs sont validés en tête-à-tête avec le responsable de l'antenne et/ou de la tranche d'information dans lesquels ils s'inscrivent.

Ce mode de fonctionnement est détaillé par Jean-Philippe Balasse, en charge de la chronique « Le Vrai-Faux de l'info », sur *Europe 1*, entre 2015 et juin 2016 :

*« Moi, je dépends de la direction de la rédaction, autrement dit Nicolas Escoulan, ainsi que de Thomas Sotto. C'est avec eux que je décide des sujets et de l'argumentation. Avec mes deux aides de camp, Kim Biegatch et Maxime Laurent, nous fonctionnons donc comme une cellule à part, ce qui est la fois une grande liberté et une grande responsabilité. (...) Nous faisons un premier tri des sujets entre nous vers midi ; puis, vers 15 ou 16 heures, je fais un point avec le directeur de la rédaction et avec Thomas. »*³⁸⁸

Ce mode de fonctionnement est sensiblement le même à *France Info*, où Antoine Krempf confie qu'il travaille « *seul tout au long du processus* »³⁸⁹, si ce n'est lorsqu'il fait le point sur le choix de son sujet avec Richard Place, pilote de la matinale, chaque début d'après-midi. Quant à Cyprien Cini, qui s'est lui aussi essayé à l'exercice du fact-checking pendant un semestre, début 2016, sur *RTL*, il assure également discuter des choix avec le directeur de la rédaction Jean-Philippe Baille,

³⁸⁷ Entretien réalisé le 17 mai 2016.

³⁸⁸ Entretien réalisé le 31 juillet 2015.

³⁸⁹ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

indépendamment de toute conférence de rédaction. Enfin, sur *France 2*, c'est également directement Agnès Vahramian, rédactrice en chef du journal de 20 heures, qui valide le sujet chaque soir, face au responsable de la rubrique « L'Œil du 20 Heures », Hugo Plagnard, rédacteur en chef adjoint.

La matière généralement traitée dans les articles et chroniques de fact-checking – la politique – reste donc un thème particulièrement sensible, a fortiori quand il s'agit de porter la contradiction face à un responsable pris en flagrant délit de mensonge. C'est en partie, selon nous, ce qui fait que les rédactions audiovisuelles accordent un statut particulier au choix des contenus diffusés. Elles mettent toutefois en avant qu'il existe également un impératif de coordination avec les thèmes des éditoriaux et autres chroniques susceptibles d'évoquer aussi des thèmes politiques d'actualité. Quant aux rédactions de presse écrite dotées de cellules de fact-checking qui officient en ligne, elles accordent également un statut à part à leurs journalistes en charge du fact-checking. Comme dans l'audiovisuel, aucun n'est rattaché à une rubrique ou à une rédaction en chef adjointe existante. Toutes travaillent ainsi en autonomie complète, responsables de leurs travaux uniquement devant la direction des médias concernés. Cette situation est à la fois un choix et la conséquence d'une approche du métier différente semble-t-il, comme le laisse entendre Cédric Mathiot, responsable de « Désintox », à *Libération* :

« J'aurais aimé que l'on soit un espace d'expression pour tous les rubricards, ouvert sur le reste du journal. J'ai longtemps cru qu'on pourrait travailler en faisant collaborer tout le journal. Mais pour des raisons assez structurelles et peut-être aussi de méthodes de travail, cela n'a pas marché. Un peu comme dans les autres médias d'ailleurs, ce sont toujours des rédactions dédiées qui font ça, ce qui est assez paradoxal car la logique voudrait que ce soit des rubricards qui soient désignés pour faire ça. »³⁹⁰

Cette séparation des autres entités permet aux cellules de fact-checking de bénéficier de davantage de liberté, bien sûr, mais aussi d'une grande responsabilité, dans la mesure où il faut produire sur des sujets pointus, *a priori* mieux maîtrisés ou suivis de

³⁹⁰ Entretien réalisé le 13 novembre 2015.

plus près par d'autres journalistes de la même rédaction, sans droit à l'erreur. La responsabilité en question est d'ailleurs plus ou moins lourde à porter selon que l'on travaille dans une équipe d'une dizaine de personnes, comme au *Monde* ou à *France 2*, de trois personnes, comme à *Europe 1* ou à *Libération*, voire seul comme à *France Info* et *RTL*. Ce que nous appelons ici responsabilité s'apparente aussi, dans une certaine mesure, à un réel pouvoir au sein des rédactions. Car les journalistes fact-checkeurs maîtrisent finalement un pré carré, telle une « zone d'incertitude » pour le reste de la rédaction y compris leur hiérarchie, ainsi que l'a décrit le sociologue Philippe Bernoux, s'inspirant des travaux de Michel Crozier et Erhard Friedberg³⁹¹ dans leur théorie de l'acteur stratégique. Les fact-checkeurs bénéficient d'un traitement spécifique car ils ont entre les mains un savoir-faire unique et particulièrement précieux au sein des rédactions, en termes de stratégie et de visibilité. Ce pouvoir est « *formellement non légitime* »³⁹², certes, mais n'en est pas moins puissant, car celui qui maîtrise, même partiellement, une zone d'incertitude, importante pour le fonctionnement de l'entreprise, est en quelque sorte irremplaçable. Il réussit alors à créer une dépendance des autres à son égard.

7.1.2. Une gestion du temps déterminante

Le travail de fact-checking destiné à apporter une information intégralement vérifiée et donc la plus fiable possible aux lecteurs, auditeurs et téléspectateurs repose sur un critère déterminant : le temps. En effet, la majeure partie des ratages et échecs en matière de traitement de l'actualité journalistique semble être liée, en partie ou en totalité, à l'accélération du rythme de diffusion de l'information. Cette accélération est un facteur clé qui compte tout autant lors de la pré-enquête réalisée par le journaliste en charge du traitement d'un sujet, lors de la collecte des informations auprès des acteurs et témoins de l'information en question, mais aussi au moment du recouplement des données recueillies et, enfin, de la rédaction de l'article ou de la chronique. Bien entendu, tous les journalistes sont aguerris aux méthodes qui permettent d'agir rapidement tout en livrant un contenu le plus fiable possible. Mais

³⁹¹ CROZIER Michel., FRIEDBERG Erhard., *L'acteur et le système*, Paris, Points, 2014, 512 p.

³⁹² BERNOUX Philippe, *La sociologie des entreprises*, Paris, Points, 2009, 416 p.
Et BERNOUX Philippe, *La sociologie des organisations*, Paris, Points, 2014, 480 p.

il ne fait aucun doute que les fact-checkeurs doivent disposer d'un timing beaucoup moins serré s'ils veulent venir à bout de sujets complexes et parfois être en mesure de les démentir avec assurance et rigueur.

D'ailleurs, ce timing, très spécifique dans le traitement journalistique de l'information, était déjà celui des premiers fact-checkeurs. Les premières équipes ainsi constituées dans la presse magazine étatsunienne disposaient de temps pour reprendre le contenu des articles dans les moindres détails, ce qui allongeait considérablement le parcours de la copie, entre le recueil d'informations sur le terrain et la publication. Mais il s'agissait alors d'une possibilité offerte par une presse justement créée pour offrir un nouveau point de vue sur l'information, privilégiant la réflexion, le recul et le terrain à la course de vitesse fortement concurrentielle entre médias tentés par l'immédiateté. Dès lors, un article insuffisamment vérifié ou dans lequel trop d'erreurs sont décelées peut voir sa parution décalée ; et, globalement, le temps imparti à la vérification permet de l'expurger de très nombreuses imprécisions ou contre-vérités, voire mensonges.

Ce rapport particulier au temps est également présent dans le travail du fact-checking moderne, essentiellement politique. Celui-ci agit, en effet, comme la voiture-balai de la presse et de ses méthodes les plus couramment utilisées. Car l'idée, cette fois, est d'intervenir après publication ou après diffusion de mensonges, d'imprécisions et de contre-vérités. Un travail pas réellement similaire, donc, mais qui se fonde finalement sur des pratiques de recherche d'information proches, orientées vers la compréhension détaillée des questions traitées et la quête de preuves irréfutables. Ces méthodes, dites d'investigation lorsqu'elles sont mises à profit dans des productions d'enquête journalistique, ont cette particularité de devoir leur succès au temps passé et à la persévérance des professionnels qui les mettent en œuvre. Elles reposent aussi, bien sûr, sur des savoir-faire spécifiques face aux sources à mobiliser, comme nous le verrons ci-après (paragraphe 7.1.3). Mais le facteur temps, donc – comme celui des effectifs spécifiquement consacrés à cet exercice – apparaît comme le critère sans lequel il est impossible d'envisager la moindre tentative de vérification rigoureuse.

C'est ainsi que les fact-checkeurs, dans les rédactions étudiées ici, sont appelés à vérifier, finalement, un nombre raisonnable d'informations diffusées dans l'espace public. Ce travail peut conduire à plusieurs publications par jour, mais, finalement,

dans la plupart des cas et pour les équipes qui pratiquent le fact-checking le plus assidûment depuis l'apparition de cet exercice en France, le rythme d'une publication ou diffusion quotidienne semble le plus habituel. Cela peut sembler peu au regard de la masse d'informations qui sembleraient devoir faire l'objet de vérifications plus poussées et peut-être aussi au regard des outils technologiques qui donnent aujourd'hui accès aux sources et aux données utiles pour vérifier. Cela est en réalité beaucoup si l'on en croit le discours des acteurs, souvent confrontés à des difficultés de deux ordres : identifier l'assertion qu'il serait le plus intéressant d'étudier de près (choix du sujet) ; procéder à la vérification avec, parfois, l'obligation de renoncer quand la démarche s'avère trop complexe, voire irréalisable, ou quand la conclusion qui s'annonce est contraire au mode de fonctionnement de la rubrique (pour les médias qui privilégient le démenti d'assertions fausses et ne souhaitent pas confirmer des assertions vraies). Quoi qu'il en soit, le ratio temps par article dont font état les fact-checkeurs apparaît sans commune mesure avec celui généralement admis par les services web des rédactions auxquels ils sont généralement rattachés et qui se réfèrent le plus souvent, eux, à des notions plus quantitatives.

Ainsi, au sein de l'équipe des « Décodeurs », Alexandre Pouchard évoque une mobilisation parfois très conséquente pour traiter le fact-checking d'une soirée de débat ou d'une autre prise de parole politique :

« Nous travaillons beaucoup à deux, mais parfois aussi à trois ou quatre, sur un même sujet, à partir d'un Google Doc. Quand il faut aller vite, nous nous répartissons les différentes parties du travail ; c'est possible parce que ce type d'articles ne s'écrit pas comme un reportage et parce que souvent, dans le cas d'une mouture, on peut se répartir les assertions à vérifier avant de mettre en commun. Il est alors possible de tout faire entre 9 h 30 et 11 h. »³⁹³

En l'occurrence, le délai de réalisation peut sembler court, mais il est à multiplier par le nombre de professionnels mobilisés, sachant que cela a fini par freiner les ambitions des « Décodeurs » en termes de fact-checking. *« Il devient minoritaire dans nos productions, notamment pour des raisons pratiques qui tiennent à la*

³⁹³ Entretien réalisé le 18 décembre 2015.

*nécessité de produire un long travail d'écoute [des interviews politiques au sein des tranches matinales ou des émissions du soir des médias audiovisuels] pour repérer les phrases. »*³⁹⁴

À *Libération*, Cédric Mathiot évoque « 50% du temps consacré au temps d'écoute et 50% à enquêter ensuite, puis écrire »³⁹⁵, ce qui donne une idée de la difficulté majeure que représente la quête d'une assertion à vérifier. En effet, le temps à consacrer au démenti d'une affirmation d'un responsable politique est le plus souvent long, compte-tenu de la complexité des sujets et de la nécessité de sécuriser au maximum la fiabilité des sources mobilisées pour apporter la contradiction avec assurance. Mais il peut être doublé par la durée utile pour identifier une assertion digne d'intérêt, qui n'a encore jamais été démentie (y compris par un autre média) et qui, si possible, nous y reviendrons, s'avère fausse ou, pour le moins, « étonnamment vraie ».

Dans la même rédaction, Baptiste Bouthier, insiste également sur l'aspect imprévisible du temps à passer pour démentir une affirmation. Il cite l'exemple du Front national et de la conséquence sur la dette française d'une sortie de l'euro, un sujet complexe qui a nécessité « deux mois de travail et des appels à des experts des monnaies nationales dans le monde entier ». Il confirme ainsi que le temps passé est, dans un service de fact-checking, lié le plus souvent à la seule complexité du sujet, sans (trop) d'autres impératifs :

*« C'est variable. Parfois c'est instantané ou alors on va très vite et le papier se fait entre 9 h 30 et midi (...); mais en moyenne c'est un à deux jours, parfois une semaine, dix jours. (...) Chaque matin, lorsqu'on n'a pas de sujet, il faut faire la tournée des émissions et interviews politiques, surtout les radios et télévisions car nous devons, ici, penser qu'il faut fournir quatre émissions par semaine pour Arte, basées sur une déclaration filmée. Alors on écoute, on visionne, jusqu'à ce qu'on trouve un truc... »*³⁹⁶

³⁹⁴ Entretien réalisé le 18 décembre 2015.

³⁹⁵ Entretien réalisé le 13 novembre 2015.

³⁹⁶ Entretien réalisé le 30 juillet 2015.

On l'entend à travers ces propos, les impératifs de l'exercice audiovisuel du fact-checking contraignent beaucoup plus fortement les professionnels – dans des structures qui ne sont d'ailleurs pas toujours organisées pour cela – ce qui peut avoir un impact sur le fond, la pertinence même de la rubrique. Le simple fait de devoir produire un article de vérification pour une échéance fixée à l'avance implique nécessairement de choisir davantage, parfois, en fonction de la montre qu'en fonction de critères de fond, comme l'intérêt de l'assertion, ses conséquences et impacts politiques ou sociétaux, son enjeu pour le public, etc. Le choix de citations prétextes peut facilement découler de la pression mise sur les épaules des fact-checkeurs pour produire une chronique régulière. Si bien qu'il n'est pas toujours tenu compte des situations dans lesquelles une phrase politique est prononcée : déclaration officielle, meeting, interaction de type débat, etc. Or, cela n'a rien de neutre.

Cette limite est en partie contrée par la mobilisation d'effectifs suffisants dans certains médias ; ces effectifs doivent en effet permettre de faire face à l'obligation de bouclage permanent. Ce cas est celui, notamment, d'*Europe 1*, de *France 2* et du « Petit Journal » (dans son ancienne formule, stoppée en juin 2016).

Sur *Europe 1*, le présentateur de la chronique « Le Vrai-Faux de l'info », Jean-Philippe Balasse, ne travaille pas seul. Depuis la création de ce rendez-vous à l'antenne, par Laurent Guimier, en septembre 2012, deux « *aides de camp* », comme il les appelle, l'assistent pour trouver les assertions d'abord et les vérifier ensuite : Kim Biegatch et Maxime Laurent. Ce dernier explique ainsi la répartition des rôles au sein de ce trinôme, entièrement dédié, à temps plein, à la préparation des deux minutes d'antenne :

« J'arrive à 6 h à la rédaction pour écouter les émissions de la veille jusqu'à 7 h 45, puis les matinales jusqu'à 10 h 30. Je fais ensuite un premier point sur deux ou trois sujets avec Jean-Philippe vers 11 heures. Et je commence à creuser un sujet ou deux, tout en restant attentif à l'antenne, ce qui représente six à sept heures d'écoute par jour, cinq jours sur sept, du dimanche au jeudi. (...) Puis, à 14 h, Kim prend le relais pour

poursuivre l'enquête, appeler les experts, jusqu'à 21 h. Le tout en échangeant avec Jean-Philippe à chaque étape. »³⁹⁷

Au sein de l'équipe de « L'Œil du 20 Heures », sur *France 2*, la course contre la montre est également une pression permanente, que contrebalance quelque peu le travail en équipe. C'est ce que fait comprendre le journaliste Damien Brunon quand il explique :

« Trouver des sujets et ensuite les mettre en images n'est pas facile, dans la régularité, même si on a des automatismes. Nous travaillons en flux tendu constant pour coller à l'actu, on a donc une vraie pression, celle que tout le monde a au « 20 heures », quand six millions de personnes regardent tous les soirs. Parfois, on se met à cinq sur le même sujet pour qu'il soit bouclé le soir même. Il faut que ça passe. »³⁹⁸

Enfin, le travail en équipe est aussi ce qui permet à l'équipe de Bangumi, la société de production qui réalisait le « Petit Journal » sur *Canal +* jusqu'en juin 2016 et qui œuvre depuis pour « Quotidien », sur *TMC*, de combler les affres de son travail à flux tendu. Étienne Carbonnier l'expliquait alors ainsi :

« Nous sommes trois, avec un stagiaire, pour travailler au pôle décryptage/dérushage. Nous sommes assistés de cinq documentalistes pour fact-checker les politiques qui affirment « je n'ai jamais dit/fait cela » par exemple ou qui fabriquent un storytelling particulier pour leurs annonces. On écoute les matinales, on consulte les banques d'images. On fait beaucoup de choses qui ne marchent pas. Pour produire une minute, il faut parfois des heures de dérushage... »³⁹⁹

Ces déclarations tendent à démontrer toute la difficulté qui existe pour identifier une assertion à vérifier, pour, en somme, trouver un sujet à traiter. Elles démontrent également la nécessité de recourir à des équipes assez larges, dans la plupart des cas, pour venir à bout de thèmes complexes sans prendre le risque de contrecarrer une contre-vérité avec des arguments tout aussi faux. Pourtant, d'autres rédactions ont fait

³⁹⁷ Entretien réalisé le 21 octobre 2015.

³⁹⁸ Entretien réalisé le 2 avril 2016.

³⁹⁹ Entretien réalisé le 4 avril 2016.

un choix plus hasardeux, en laissant un journaliste en autonomie pour réaliser cette chronique, sur un rythme quotidien. C'est le cas de *France Info* et, sur une plus courte période, de *RTL*. Les journalistes en charge du fact-checking y confessent d'ailleurs prendre parfois des solutions de facilité pour parvenir à leurs fins dans les délais impartis et notamment de consentir à chroniquer des assertions vraies ou bien effectivement fausses, mais sur un plan plus anecdotique, « *tirées par les cheveux* ». Pour « Le Vrai du Faux », Antoine Krempf indique :

« Chaque matin, j'arrive à la radio à 7 h. Je passe à l'antenne et, ensuite commence le côté le plus rébarbatif de la journée, avec l'écoute de toutes les matinales et de leurs cases « invités ». L'idée c'est d'être surpris par une déclaration, d'être interpellé par un chiffre, étonné. J'en liste trois ou quatre les bons jours. Et si je ne trouve toujours pas quand arrive 15 h 30, je fais obligatoirement un choix par défaut. (...) Le travail de vérification commence alors. Je recherche la source. (...) Ce travail finit en milieu d'après-midi ou parfois à 20 h. L'écriture prend ensuite jusqu'à une heure et je suis seul tout au long du processus. »⁴⁰⁰

Cette situation est particulièrement proche de celle de Cyprien Cini, qui a commencé le fact-checking au hasard des sujets traités dans sa chronique « Le saviez-vous ? », en mars 2016, et qui a été encouragé à poursuivre jusqu'à la fin de la saison. Également chargé d'autres chroniques, ce jeune journaliste a dû s'organiser :

« Après mes interventions dans la matinale, je reviens à la rédaction vers 15 h pour écouter les matinales radio et télé, en accéléré. Et je vérifie au fur et à mesure les chiffres et bizarreries. Dès que j'ai quelque chose, idéalement vers 18 h, je le fais valider par le directeur de la rédaction et j'écris vers 20 h. C'est dur de systématiser cela tous les matins ; il m'arrive d'écouter les invités qui ont un potentiel plus fort d'approximation ou de cibler prioritairement les chiffres... »⁴⁰¹

Ce qui est ainsi perceptible, dans le discours des acteurs, c'est la nécessité de trouver des parades à la course contre le temps. Cela n'est bien entendu pas propre au fact-

⁴⁰⁰ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

⁴⁰¹ Entretien réalisé le 13 avril 2016.

checking, mais plus exactement au mode de fonctionnement des médias audiovisuels, de suivi de l'actualité immédiate. Toutefois ce manque de temps peut aussi être compensé autrement que par des ruses des journalistes fact-checkeurs eux-mêmes, lorsque des moyens particuliers sont mis en œuvre. Cela évite de tomber dans la facilité au moment de choisir une assertion à vérifier ; cela évite aussi de prendre le risque d'une erreur, laquelle, dans une rubrique ou chronique de vérification, entacherait la crédibilité du média concerné.

Il apparaît en outre que cela influe fortement sur la ligne éditoriale des rubriques de fact-checking. En effet, le fact-checking ne se contente pas – et parfois de moins en moins – de pointer les assertions fausses, ce qui constitue, aux yeux des membres de « Désintox », rubrique pionnière en France, une forme d'hérésie face à la légitimité de ce type de journalisme. Cédric Mathiot reconnaît ainsi que chez « Désintox », où la contrainte est uniquement de quatre articles par semaine pour pouvoir les décliner en télévision afin de répondre au cahier des charges d'Arte, « *des papiers peuvent tomber dans le trou si deux jours de vérifs finissent par montrer qu'ils sont vrais*⁴⁰² ». Son collègue, Baptiste Bouthier émet d'ailleurs un point de vue critique quant aux productions observées çà et là : « *Pour moi, faire du vrai, c'est du remplissage. Où cela s'arrête-t-il, le vrai ? (...) Ceux qui le font le font par commodité.*⁴⁰³ »

Si le facteur temps apparaît comme le critère sans lequel il est impossible d'envisager la moindre tentative de vérification rigoureuse, ainsi que nous l'avons dit, il est nécessaire de reconnaître que, selon les rédactions, il est pris en compte avec certaines disparités, ce qui peut conduire les professionnels les plus pressés à modifier la ligne éditoriale de leur rubrique ou chronique. Toutefois, force est de constater que, dans la majorité des cas, comme nous venons de le montrer ici, le temps accordé pour traiter un seul et même sujet apparaît en moyenne supérieur à celui consacré à d'autres types de contenus. Cela est d'autant plus vrai qu'il s'agit parfois de renoncer, tardivement dans le cours de l'enquête, à publier tel ou tel article parce qu'il contreviendrait à la ligne éditoriale de la rubrique, ce qui est finalement

⁴⁰² Entretien réalisé le 13 novembre 2015.

⁴⁰³ Entretien réalisé le 30 juillet 2015.

devenu rare dans les rédactions, a fortiori celles qui sont chargées des contenus web de leur média d'appartenance.

7.1.3. Un rapport particulier aux sources

Il existe deux manières de s'intéresser aux sources à propos du travail des fact-checkeurs. Ou plutôt il existe deux niveaux d'étude possibles à ce propos. En effet, ces professionnels mobilisent des sources au cours des deux phases de leurs investigations. Au cours de la première phase, celle qui consiste à rechercher une assertion (ou des assertions) digne d'intérêt et qui fera l'objet de l'article ou de la chronique, ils s'en remettent à un panel de rendez-vous de type débats politiques, interviews des tranches matinales d'information sur les chaînes de radio et de télévision généralistes, etc. Cela est intéressant à étudier, dans la mesure où très souvent, à ce stade initial de leur travail, ils font le choix de se focaliser sur les propos tenus à l'extérieur de leur propre média, ce sur quoi nous reviendrons en évoquant les choix citationnels (paragraphe 7.2.1).

Puis, au cours de la seconde phase, celle qui consiste à mener l'enquête, à trouver si l'assertion vérifiée est avérée ou mensongère, ils vont exploiter des sources dont ils reconnaissent ne jamais les avoir utilisées auparavant ou, en tout cas, jamais de cette manière. Cela revient pour des journalistes à identifier un exercice différent au sein même de leur métier tel qu'ils le pratiquaient avant de devenir fact-checkeurs. C'est cette particularité que nous nous proposons de décrire maintenant à travers les propos des acteurs eux-mêmes, pour bien comprendre ce qu'ils entendent par là et comment, finalement, ils en arrivent à remettre en cause, indirectement, le travail de leurs pairs (pas seulement ceux qui œuvrent dans les services politiques d'ailleurs, ce que nous avons traité plus haut) et le leur, tel qu'ils le concevaient auparavant.

À l'instar de Guillaume Launay, rédacteur en chef web de *Libération*, qui estime que « *pratiquer le fact-checking fait franchir un palier, y compris dans les sources utilisées* »⁴⁰⁴, Maxime Laurent, jeune journaliste collaborateur de la chronique « Le Vrai-Faux de l'info », sur *Europe 1*, résume ainsi son travail et ses différences vis-à-vis de ce qu'il en avait appris et de ce que pratiquent ses collègues :

⁴⁰⁴ Entretien réalisé le 17 mai 2016.

« Le fact-checking aiguise l'esprit critique. À l'école, on apprend à croiser les sources, mais pas toujours à les vérifier, à part peut-être dans les enquêtes, dans l'investigation. C'est un genre journalistique à part entière pour moi. (...) Quand je vérifie, mon travail n'a rien à voir avec celui de quelqu'un qui ne connaît pas très bien comment marche l'Insee, comment aller chercher des rapports. Moi je l'ai appris auprès de Laurent Guimier, qui lui-même l'avait importé au JDD en 2008. C'est lui qui m'a guidé sur l'utilisation des statistiques de l'OCDE, d'Eurostat, de l'Insee, des rapports parlementaires, etc. Ce n'est pas le travail normal du journaliste. Si ça l'était, pourquoi les phrases qu'on vérifie ne le sont pas ailleurs ? »⁴⁰⁵

Jean-Philippe Balasse va un peu plus loin dans le descriptif et la valorisation de sa fonction, qui ne serait pas accessible immédiatement à tout le monde, qui serait liée à une forme d'expertise finalement :

« Quand nous sommes en vacances, la chronique s'arrête. Parce qu'elle demande un savoir-faire particulier, plus qu'un édito. Il faut connaître les sources. (...) Nous développons des automatismes, pour savoir lire un rapport de l'Insee, du Sénat, de la Commission européenne, des rapports destinés à des professionnels, identifier des experts dignes de confiance... »⁴⁰⁶

La question du savoir-faire propre au fact-checkeurs, notamment vis-à-vis de la confiance accordée aux sources est également un point récurrent dans le discours des professionnels. Ils sont ainsi nombreux à indiquer prendre leurs distances avec l'AFP, comme pour mieux conjurer l'état d'AFP-dépendance dans lequel se sont progressivement enfoncées les rédactions, en particulier les services web des médias. Au *Monde*, Alexandre Pouchard le formule ainsi :

« Nous ne suivons même plus l'AFP ou d'autres sources reconnues fiables, en particulier dans des périodes troubles comme les attentats. (...) On acquiert des réflexes particuliers, comme la vérification des images, de

⁴⁰⁵ Entretien réalisé le 21 octobre 2015.

⁴⁰⁶ Entretien réalisé le 31 juillet 2015.

toutes les sources, de tous les chiffres. Maintenant, je mets en doute tous les chiffres, je vérifie et ai envie de vérifier. (...) Si je dois interviewer Sarkozy demain, idéalement, je préparerai différemment, avec les chiffres. Et je serai tenté de publier un papier d'appui à côté de l'interview. »⁴⁰⁷

À nouveau, à travers un tel témoignage, est perceptible une forme de distinction vis-à-vis d'autres habitudes professionnelles, parfois à l'œuvre dans le même média. L'attention portée aux sources par les fact-checkeurs serait donc exceptionnelle, au point qu'elle permet de développer une conception du journalisme – du journalisme politique en particulier, dans cet exemple – réellement sans rapport avec les méthodes appliquées par des confrères, même chevronnés, de l'un des principaux journaux de presse nationale.

Dans ce rapport spécifique aux sources en particulier, mais finalement, aussi, au journalisme en général, on ne tarde jamais à rejoindre, dans les discours, la question technologique et technique du journalisme numérique⁴⁰⁸, particulièrement clivante, finalement, encore aujourd'hui semble-t-il, dans les rédactions. Ces savoir-faire spécifiques, largement évoqués, sont par exemple évoqués par Antoine Krempf, de *France Info* :

« Parmi les qualités nécessaires du fact-checkeur, il y a la façon de travailler, être capable de trouver des sources rapidement, via Internet et l'open data, être capable de mettre en forme et de faire parler les chiffres. Je l'ai appris en le faisant, pas à l'école. »⁴⁰⁹

Nicolas Iommi, qui travaille pour *France Télévisions* et qui a participé à l'expérience de fact-checking en direct de l'émission politique « Des Paroles et Des Actes », sur *France 2*, utilise sensiblement le même argument :

« Le fact-checking formate aussi beaucoup pour savoir utiliser les bases de données, faire un travail de geek sur Eurostat, l'Insee ou d'autres... On

⁴⁰⁷ Entretien réalisé le 18 décembre 2015.

⁴⁰⁸ Sur ce sujet, nous faisons allusion, notamment, aux travaux suivants :
ANTHEAUME Alice, *Le journalisme numérique*, op. cit., 186 p.
MERCIER Arnaud et PIGNARD-CHEYNEL Nathalie, « Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux », op. cit..
DEUZE Mark, *Media Work*, Cambridge, Polity Press, 2007.

⁴⁰⁹ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

devient des spécialistes des mots-clés sur Google, on acquiert des réflexes de recherche rapides et efficaces. C'est pour cela qu'on m'a confié cette mission. Parce que la fracture numérique est forte dans les rédactions ; or c'est essentiel pour vérifier aujourd'hui. (...) Quand je lis la presse pour préparer les émissions, je dois tout vérifier, sans exception, car il y a beaucoup d'erreurs, d'imprécisions, de contresens qui se répètent... »⁴¹⁰

À travers tous ces témoignages, apparaît sans cesse une volonté des journalistes fact-checkeurs de singulariser leur fonction au sein des différents médias pour lesquels ils exercent. Plus ou moins consciemment, ils développent, en creux, une forte critique des habitudes, réflexes et méthodes de travail de leurs confrères. Cela conforte d'ailleurs pour une part, notre hypothèse à propos des manquements professionnels que pourrait révéler cette pratique de vérification. Mais nous devons également considérer qu'il y a peut-être aussi, dans ces évocations, une part de généralisation et de méconnaissance, de manque d'expérience des journalistes – souvent jeunes – qui s'expriment.

En effet, que ce soit dans la conception d'un journalisme numérique qui peut tout et repousse les limites des capacités de vérification ou bien à travers le discours sur la capacité à mobiliser plus de sources, plus pointues, jusque dans les méandres des institutions et des rapports, peu d'acteurs sont tentés de faire référence à la méthodologie de l'enquête journalistique. Or, dans sa méthodologie, telle que décrite par de nombreux auteurs, dont Mark Lee Hunter⁴¹¹, force est de constater que des similarités fortes apparaissent avec le fact-checking. Nous considérons donc qu'il faut percevoir ce discours des acteurs sur les spécificités du fact-checking en les relativisant à l'aune des parcours de ceux qui le pratiquent.

Toutefois, s'il semble naturel aux acteurs de pointer les aspects sus-cités, il faut entendre ce que cela peut signifier en termes d'observation du travail de leurs collègues au sein des rédactions et, *a fortiori*, de leurs services web. En effet, majoritairement, ils ne conduisent que très rarement des travaux aussi poussés en termes d'investigation et de recherche de sources de première main, comme les données et la méthodologie de collecte de ces données par une institution. S'ils ne le

⁴¹⁰ Entretien réalisé le 22 avril 2016.

font que très rarement, c'est à la fois parce qu'ils ne sont pas forcément passionnés par cela et n'ont pas les moyens – en termes de temps à y consacrer essentiellement – pour le faire, mais aussi parce que cela correspond à des méthodes mobilisées par quelques journalistes seulement, détachés sur des missions d'enquête au plus long court que le traitement de l'actualité quotidienne. Le travail des fact-checkeurs peut ainsi être crédité d'une plus-value qui s'avère exceptionnelle alors qu'elle n'est aucunement nouvelle, mais simplement originale à l'aune de la majorité de la production de contenus dans leurs médias respectifs. En somme, il existe là un risque de biais cognitif de la part des premiers concernés par ce travail de fact-checking, souvent peu expérimentés par ailleurs.

Il est en outre intéressant de relier le rapport particulier qu'ils entretiennent vis-à-vis des sources à la gestion du temps dont ils bénéficient pour travailler. Car, même s'ils sont astreints, parfois, à une exigence de productivité (dans le cadre d'un rendez-vous quotidien, spécifiquement pour l'audiovisuel), ils restent protégés par le fait d'être cantonnés à une mission unique. Ils ne sont ainsi pas tributaires – ou du moins pas directement – des soubresauts de l'actualité, qui nécessitent ponctuellement de retirer un journaliste d'une mission pour lui en confier une autre. Les fact-checkeurs sont pour la plupart considérés comme « des généralistes spécialistes », des spécialistes de la vérification dont l'objectif est clairement défini et les oblige à rester concentrés sur leur travail à temps plein. Ce relatif confort leur permet indubitablement de focaliser leur attention sur leur tâche et de développer leur travail de recherche de sources d'une manière qui peut apparaître assez singulière au sein de certaines rédactions.

Mais il y a un autre paramètre, qui définit ce rapport aux sources des fact-checkeurs, qui confie approfondir de manière importante leurs recherches avant de rédiger leurs articles et chroniques. Il s'agit du besoin, imposé par leur mission, de démentir une assertion prononcée par un responsable (politique), une autorité, une entité officielle, etc. Parfois même, il s'agit de contrer un propos diffusé à de multiples reprises et qui bénéficie d'une forte audience voire du poids de l'habitude, tant il a été martelé régulièrement, sans nuances et avec force.

⁴¹¹ HUNTER Mark Lee *et al.*, *L'enquête par hypothèse, Manuel du journaliste d'investigation*, *op. cit.*

Pour se positionner en arbitre, face à une telle parole, et être capable d'assurer à un auditoire qu'il s'agit d'une information fausse, tronquée, mensongère, etc. tout en engageant quelque part, la responsabilité professionnelle de son média d'appartenance, il faut acquérir ou en tout cas témoigner d'une certaine assurance. Voilà certainement pourquoi, également, les journalistes en charge des articles et chroniques de fact-checking sont régulièrement à l'origine de contenus qui mobilisent des sources assez largement sous-exploitées dans d'autres types de productions journalistiques, c'est-à-dire les sources premières, quelle que soit leur complexité, et non pas seulement des références déjà utilisées dans d'autres médias ou par d'autres commentateurs. Il ne leur faut pas uniquement croiser les sources, mais mener une quête de vérité, ou à défaut de critères objectifs pour éclairer une question ou contrecarrer un mensonge, en anticipant toute contestation.

Parmi les journalistes qui sous-entendent cette responsabilité particulière dont seraient investis les fact-checkers, se trouve notamment Cyprien Cini, de *RTL*. Il évoque le sujet alors que notre entretien est interrompu par un appel de l'ancien ministre Brice Hortefeux, qu'il a contredit la veille à l'antenne :

« J'ai beaucoup de retours, pas vraiment pour des démentis, mais plutôt pour des précisions. (...) On pourrait vite passer pour un donneur de leçon, sentencieux. Le ton doit donc rester léger, ce qui n'empêche pas d'être rigoureux. Moi, je vérifie tout trois fois maintenant avant de mettre quelqu'un en porte-à-faux. Je vérifiais avant... mais, là, il faut être plus prudent. (...) J'ai découvert les rapports de l'Insee... »⁴¹²

Cette responsabilité particulière, tout autant que l'exercice de fact-checking par lui-même, semble ainsi façonner l'appréhension des sources par les journalistes concernés. Corentin Dautreppe, co-fondateur de *Lui Président*, aujourd'hui journaliste à l'*AFP*, se refuse certes à indiquer qu'il serait plus efficace que ses collègues en matière de vérification, mais il concède :

⁴¹² Entretien réalisé le 13 avril 2016.

« Par rapport à eux, je pense que je suis moins craintif d'aller sur le site de l'Assemblée, de creuser dans les textes de loi, les rapports. On est plus efficace sur certaines recherches d'information. »⁴¹³

Il résume de fait ce qui semble tenir d'une culture professionnelle, un état d'esprit propice à toujours approfondir un peu plus la question de la fiabilité des sources, remonter le fil de l'information jusqu'à sa source première pour ne jamais risquer d'être pris en défaut. Cela fait d'ailleurs du fact-checking, plus qu'un nouveau genre, une nouvelle pratique journalistique. La notoriété et la publicité faites autour de ces rubriques et chroniques ne permettent certainement pas, en effet, qu'il subsiste le moindre doute au moment des publications et diffusions. Maxime Vaudano, également co-fondateur de *Lui Président*, devenu journaliste au *Monde*, utilise aussi le comparatif avec un état d'esprit spécifique :

« Le fact-checking n'est pas le travail normal du journaliste, c'est un état d'esprit différent, une forme de maturité, une évolution naturelle dans le journalisme politique, une nouveauté dans le positionnement du journaliste. »⁴¹⁴

Vivien Vergnaud, qui a pratiqué cet exercice au *Journal du Dimanche*, parle de son côté d'« *une construction, un raisonnement intellectuel, qui aboutit à un vrai ou à un faux, qui nécessite de toujours douter, d'être curieux avec mémoire, d'avoir envie de pédagogie et de rigueur mathématique, ce qui ne va pas à tous les journalistes.*⁴¹⁵ » Quant à Cédric Mathiot, il relie ce choix de pratiquer le fact-checking à « *une interrogation sur le métier*⁴¹⁶ » plus globalement. Si bien qu'il semble y avoir chez cette catégorie de journalistes qui exercent des fonctions de fact-checkeurs, une sorte de conscience commune d'appartenir à un groupe. Ils se reconnaissent entre eux et se font reconnaître à l'extérieur grâce à une identité professionnelle forte. Ils

⁴¹³ Entretien réalisé le 10 février 2016.

⁴¹⁴ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

⁴¹⁵ Entretien réalisé le 5 avril 2016.

⁴¹⁶ Entretien réalisé le 13 novembre 2015.

s'identifient ainsi les uns aux autres et font reconnaître leur spécificité à l'extérieur de leur groupe.⁴¹⁷

Ce groupe serait globalement doté d'une responsabilité importante vis-à-vis des lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et internautes. Cette conscience est en lien, chez les fact-checkeurs, avec une forme d'interrogation professionnelle et personnelle qui transparaît largement dans les propos cités ici et qui modifie grandement le rapport que ces professionnels entretiennent avec leurs sources, essentiellement documentaires ou expertes d'ailleurs.

Car, c'est encore une spécificité dans les méthodes de travail et d'utilisation des sources par les fact-checkeurs, ceux-ci refusent pour la plupart toute interaction directe avec les politiques ou autres émetteurs des assertions qu'ils vérifient. Il ne s'agit pourtant pas là d'une règle intangible du fact-checking, puisque les sites pionniers américains dont se sont inspirés les médias français se donnent, eux, comme règle, de prendre contact avec l'auteur de chaque assertion. C'est ce que l'on peut entendre dans une vidéo en ligne sur le site *PolitiFact.com* :

*« Notre première étape consiste toujours à demander à la personne qui a fait la déclaration d'où provient leur information. »*⁴¹⁸

Cette règle est aussi très clairement décrite comme l'une des sept étapes cruciales pour mieux fact-checker, dans un article mis en ligne en 2014 sur ce même site et que nous avons cité dans notre première partie :

*« 1 – Demandez des preuves à l'auteur de la déclaration. C'est basique, mais nous trouvons qu'il s'agit de la meilleure manière de commencer. (...) De plus, il est convenable de dire aux gens que vous fact-checkez leurs propos, de sorte qu'ils puissent donner leur version des faits. »*⁴¹⁹

⁴¹⁷ DUBAR Claude, *La socialisation, Construction des identités sociales et professionnelles*, Paris, Armand Colin, 2010, 256 p. et PIGNARD-CHEYNEL Nathalie et SEBBAH Brigitte, « L'identité des journalistes du Web dans des récits de soi », *Communication*, 32/2, 2013. Disponible sur : <http://communication.revues.org/5045> (page consultée le 30 septembre 2017).

⁴¹⁸ « *Our first step is always to ask the person making the statement where they got their information from.* » Disponible sur : <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/> (page consultée le 19 juillet 2017)

⁴¹⁹ « 1. Ask the person making the claim for evidence. This is basic, but we find it's often the best place to start. We find that when people make factual statements, even if they're speaking completely off the cuff, they will usually be able to tell you that they got the claim from somewhere. People tend not to make up statements out of thin air, even inaccurate ones. Consider the evidence you get from speakers as a tip sheet. Once you have it, you can look for other evidence that

Et on retrouve encore cet impératif sur *FactCheck.org* :

« Une fois que nous trouvons une déclaration dont nous pensons qu'elle peut être inexacte ou trompeuse, nous contacterons – ou tenterons de contacter – la personne ou l'organisation qui va être fact-checkée. La charge de la preuve revient à la personne ou à l'organisation qui est auteure de l'assertion. »⁴²⁰

Ce principe, a priori destiné à éviter toutes les sources d'ambiguïté dans l'analyse des propos de telle ou telle personnalité, ainsi qu'à permettre à la personne de défendre ou, tout du moins, d'explicitier son point de vue et sa déclaration, ne fait que très rarement partie de la méthodologie des fact-checkeurs français. Ils le reconnaissent et évoquent pour leur défense tantôt l'inutilité de la démarche face à des politiques qui veulent toujours avoir le dernier mot, tantôt leur souci de ne pas réveiller une polémique ou une colère qui se traduirait par une pression qui les empêcherait de travailler, tantôt, enfin, une difficulté technique : la durée des chroniques audiovisuelles ne permettrait pas de leur donner la parole... Cela se constate pour la quasi-totalité d'entre eux.

Baptiste Bouthier, de *Libération*, décrit un acte ponctuel dont il se méfie quelque peu :

« On ne le fait pas toujours, sauf quand on ne comprend pas ce qu'il a voulu dire ou si on a un doute sur la source. Globalement les politiques répondent, mais ils essaient toujours de dire qu'ils ont raison, ils trafiquent le propos. »⁴²¹

La même méfiance se constate chez Cyprien Cini, pour *RTL*, qu'il assortit d'une contrainte technique quand il dit :

contradicts it or confirms it. Also, it's basic fairness to tell someone you're fact-checking them, so they can give their side of the story. »

DROBNIC HOLAN Angie, « 7 steps to better fact-checking », *PolitiFact*, *op.cit.*

Disponible sur : <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2014/aug/20/7-steps-better-fact-checking/> (page consultée le 25 juillet 2017).

⁴²⁰ « Once we find a statement that we suspect may be inaccurate or misleading, we will engage – or attempt to engage – with the person or organization that is being fact-checked. The burden is on the person or organization making the claim to provide the evidence to support it. »

FACTCHECK, « Our process », *Factcheck*, 2003.

Disponible sur : <http://www.factcheck.org/our-process/> (page consultée le 19 juillet 2017).

⁴²¹ Entretien réalisé le 30 juillet 2015.

« Je n'appelle pas les auteurs des citations car ma chronique fait 1'30 et que je n'ai pas le temps de les laisser s'exprimer. Ils peuvent réagir après coup si besoin et je relayerai. Je me méfie également du « je me suis mal exprimé, vous m'avez mal compris ». »⁴²²

Samuel Laurent, pour « Les Décodeurs » du *Monde*, adopte un positionnement qui peut sembler plus radical, plus méfiant :

« Un politique ne dit jamais qu'il s'est trompé. Nous on n'appelle pas la source car, sinon, ils publient un communiqué avant nous, voire ils appellent le rubricard et cherchent à faire pression... Aux États-Unis, les journalistes pèsent plus dans le rapport de force. »⁴²³

Par ailleurs, d'autres médias ont adopté des méthodes différentes, comme *France Info*, où Antoine Krempf dit contacter les politiques « un tiers du temps, pour savoir d'où il tient son chiffre et ce qu'il a voulu dire⁴²⁴ », le plus souvent sans succès ; mais aussi comme *Europe 1*, où Jean-Philippe Balasse indique : « Kim et Maxime appellent des spécialistes et parfois la personne qui a émis la citation pour connaître sa source, pas toujours, mais dans trois cas sur quatre⁴²⁵ ». Quant à Hugo Plagnard, responsable de « L'Œil du 20 Heures » de *France 2*, il est le seul à en faire un préalable et pas uniquement pour des questions de besoin en images pour illustrer les sujets :

« Contrairement à beaucoup de désintox ou de décodages faits par ailleurs, chez nous il est difficile pour les politiques d'appeler en se plaignant car nous prenons un soin systématique, limite parfois excessif, à contacter les gens et à soumettre les éléments de questionnement qu'on a par rapport à leurs déclarations. Les gens, si vous voulez, peuvent moyennement apprécier les sujets mais ne peuvent jamais considérer qu'on les a pris en traître. (...) Moi c'est une règle que j'applique professionnellement depuis que je suis journaliste. Je ne comprends pas

⁴²² Entretien réalisé le 13 avril 2016.

⁴²³ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

⁴²⁴ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

⁴²⁵ Entretien réalisé le 31 juillet 2015.

qu'on se pose la question. Dire à quelqu'un « on a ça sur vous qu'est-ce que vous en pensez ? », si ce n'est une obligation journalistique, déontologique, éditoriale, c'est une obligation juridique... »⁴²⁶

En effet, de nombreux sujets diffusés par « L'Œil du 20 Heures », lorsqu'ils consistent effectivement à contredire une personnalité ou une organisation, comportent dans leurs commentaires la phrase suivante : « Nous avons contacté tel homme politique ou telle organisation, elle n'a pas souhaité nous répondre. » *France 2* est ainsi, finalement, le seul média fact-checkeur à travailler de cette manière en France. Nous décelons là une curiosité, en termes de méthodologie d'investigation des autres médias sur des sujets souvent pointus et à propos desquels une simple déclaration peut porter à confusion. Ne pas chercher à donner la parole par tous les moyens à la personne dont on vérifie les dires semble pour le moins étonnant.

En revanche, force est de constater que de très nombreuses autres sources, qu'il s'agisse d'experts ou de documents officiels notamment, sont, eux, fréquemment et assez copieusement cités, via des hyperliens ou des captures d'écran, des citations directes, des sons, vidéos, tweets, etc. ainsi que nous le montrerons un peu plus loin en nous intéressant de plus près aux contenus précis des rubriques de fact-checking et à leur comparaison.

Aussi est-il possible d'avancer plusieurs explications pour décrire ce rapport finalement ambigu des fact-checkeurs aux personnalités dont ils vérifient régulièrement les propos : la volonté de ne pas empiéter sur le territoire des services politiques, qui sont eux en lien constant avec ces personnalités et entretiennent des rapports étroits avec elles ; la conviction que ces professionnels de la politique n'auront d'autres buts que d'argumenter et de nourrir un discours politique sans jamais éclairer les choses sur le fond et l'aspect factuel du sujet traité, pas plus qu'ils ne reconnaîtront leurs éventuels torts ou mensonges ; la difficulté à créer ces contacts avec des politiques qui comparent l'audience reçue par leur discours initial et celle de rubriques de fact-checking généralement moins exposées qu'un journal de 20 heures (d'ailleurs « L'Œil du 20 Heures », qui parvient à contacter les politiques, est aussi la rubrique de fact-checking qui bénéficie du plus fort impact sur la population) ; la

⁴²⁶ Entretien réalisé le 8 juillet 2016.

difficulté matérielle (temps) à prendre de tels contacts, puisque certains fact-checkeurs travaillent seuls à flux tendu ; la conviction qu'il n'est pas nécessaire de demander une explication à un homme politique qui a plus ou moins délibérément choisi de relayer une contre-vérité au profit de son argumentaire ; etc. Toutefois il semble que l'exercice du fact-checking, quelle que soit la conviction des journalistes qui le pratiquent, gagne le plus souvent à placer le maximum d'indices de crédibilité de son côté. Or, journalistiquement, il est probable que le fait de donner la parole à la personne dont on met en cause les propos fasse partie de la fabrication d'un discours crédible.

7.2. Le contenu des rubriques consacrées au fact-checking

7.2.1. Des choix citationnels qui ne doivent pas tout au hasard

Afin d'étudier davantage dans le détail le contenu des articles et chroniques de fact-checking, nous avons réalisé une étude sur un échantillon de publications. Celui-ci concerne sept médias différents. Pour la presse écrite, trois titres ont été étudiés : *Libération* et sa rubrique « Désintox », *Le Monde* et sa rubrique « Les Décodeurs », *Les Échos* et sa rubrique « Le Vrai-Faux des Échos ». Quant aux médias audiovisuels, leurs contenus ont été étudiés à travers les chroniques « Le Vrai-Faux de l'Info » sur *Europe 1*, « Le Vrai du Faux » sur *France Info*, « Le Saviez-vous » sur *RTL*, ainsi qu'à travers la rubrique « L'Œil du 20 Heures » du journal de *France 2*.

L'élaboration de cet échantillon est principalement liée, pour la majorité d'entre eux, à la longévité avec laquelle ils exercent cette mission de fact-checking. Il nous a semblé particulièrement utile, en effet, de pouvoir juger de leur travail sur la durée, tout en observant leur manière de fonctionner au fur et à mesure qu'ils accumulaient de l'expérience. Notre échantillon contient ainsi la totalité des opérations de fact-checking présentes à compter de septembre 2014. Nous avons toutefois fait deux ajouts. Sur *RTL*, la chronique de Cyprien Cini, qui s'était orientée un peu par hasard vers le fact-checking, n'a existé que pendant un semestre, mais nous avons tout de même voulu comprendre son mode de fonctionnement, à titre de comparaison avec les autres exercices de ce type à la radio. La seconde exception concerne la presse

écrite, puisque le quotidien économique *Les Échos* a créé, pendant un semestre également, à l'occasion de la dernière élection présidentielle de 2017, une rubrique qu'il nous a semblé instructif d'étudier : il pouvait nous en dire un peu plus sur les difficultés éventuelles de création d'un exercice de ce type, spécifiquement lors d'une échéance électorale.

Enfin, pour tous ces médias, nous avons pris en référence – quand cela était possible, à l'exception, donc, des *Échos* et de *RTL* – trois périodes d'un mois, a priori soumises à différents types d'actualité. La première concerne septembre 2014, date à laquelle les cinq principales opérations de fact-checking décrites plus haut ont pour la première fois été toutes opérationnelles. Outre la démission du secrétaire d'État Thomas Thévenoud et les élections sénatoriales, ce mois fait ici office de période étalon pour mesurer l'activité du fact-checking français. La deuxième période concerne novembre 2015, marqué par la conférence de Paris sur le climat (Cop 21), mais, surtout, par les attentats de Paris et Saint-Denis : il s'agit là d'observer notamment si ce dernier événement a pu avoir un impact sur les types d'articles de vérification produits. Enfin, le dernier mois étudié est celui de mars 2017, celui de l'actualité politique majeure de la campagne pour l'élection présidentielle en France, pour percevoir comment les rubriques et chroniques de fact-checking ont rendu compte, à leur manière, de cet événement. Nous avons également veillé à répartir relativement équitablement ces périodes, séparées de 14 mois à 16 mois les unes des autres, pour étudier, finalement, des tendances sur presque trois années de travail des rédactions dans ce domaine.

Ce procédé par échantillonnage, fondé sur plus de 300 productions mises en ligne par les médias concernés, nous a permis d'observer quelques grandes tendances, mais aussi un certain nombre de cas particuliers, notamment pour ce qui relève des choix citationnels réalisés par les fact-checkeurs. Ceux-ci sont en effet confrontés chaque jour à une multitude d'informations à vérifier, qu'elles soient d'ordre politique (le thème de prédilection du fact-checking moderne depuis ses débuts dans les années 2000 aux États-Unis et en France) ou plus sociétal, liées à des rumeurs qui circulent sur les réseaux sociaux par exemple. Ce sont donc des décisions particulières qui conduisent à traiter telle ou telle assertion plutôt qu'une autre, l'exhaustivité n'étant

jamais de mise. Les données quantitatives liées à ce travail d'analyse sont visibles dans les tableaux 3 et 4, présentés dans les pages suivantes.

Ces tableaux indiquent, dans chaque colonne, le nombre d'articles ou de chroniques qui ont accordé un verdict positif (oui, vrai), négatif (non, faux) ou nuancé (X, vrai par certains aspects et faux par d'autres ou en fonction de l'interprétation), pour chaque parti politique, ainsi que la répartition des articles, pour chaque période, en fonction du degré de véracité détecté par les journalistes.

L'un des premiers enseignements de ce recensement qualitatif et quantitatif concerne le nombre des productions de fact-checking produites mensuellement par les médias étudiés. En effet, ce nombre ne fluctue pas seulement en fonction du média concerné, mais également en fonction de la période prise en compte et des événements qui y ont lieu. Autrement dit, les équipes de fact-checkeurs adaptent leurs productions aux nécessités et contraintes de l'événement, ainsi qu'à des objectifs éditoriaux propres à chacune d'entre elles.

C'est ainsi que sur un total de 546 productions recensées au cours des mois de septembre 2014, novembre 2015 et mars 2017 sur les sites Internet des cinq principaux médias fact-checkeurs, il faut tout d'abord identifier celles qui relèvent strictement du domaine de la vérification, c'est-à-dire celles qui infirment ou confirment une information diffusée dans l'espace public par une personnalité, une organisation, des utilisateurs des réseaux sociaux, etc. Dès lors, l'échantillon à étudier passe à 284 productions écrites ou audiovisuelles (315 si on leur ajoute, comme nous avons souhaité le faire, les chroniques *RTL* de mai 2016 et les papiers des *Échos* de mars 2017).

Ce différentiel entre 546 et 284 productions s'explique par le fait que « Les Décodeurs » du *Monde* et « L'Œil du 20 Heures » de *France 2* confient à leurs équipes de journalistes fact-checkeurs d'autres formats et d'autres objectifs, plus variés, comme du data-journalisme, des articles de décryptage (appelés « pédago ») ou de contextualisation, d'« *explanatory journalism* » comme le décrit Samuel Laurent⁴²⁷, etc. (suite page 297)

⁴²⁷ « C'est cela, l'« *explanatory journalism* », avant d'être des papiers à graphes. C'est revenir aux faits. Et lutter contre les clichés, les intox, les idées reçues, les mensonges. »

LAURENT Samuel, « Les dix enseignements d'un an de Décodeurs », *Le Monde*, 21 avril 2015. Disponible sur : <http://makingof.blog.lemonde.fr/2015/04/21/les-dix-enseignements-dun-an-de-decodeurs/> (page consultée le 21 juillet 2017).

Fact-checking politique de la presse écrite-web : répartition des assertions vérifiées par partis d'origine	« Désintox » (Libération)				« Les Décodeurs » (Le Monde)				« Le Vrai-Faux des Échos » (Les Échos)			
	Sept. 2014 OUI-X-NON 18 dt 6 TV	Nov. 2015 OUI-X-NON 40 dt 7TV	Mars 2017 OUI-X-NON 31	Sept. 2014 OUI-X-NON 19 (125)	Nov. 2015 OUI-X-NON 21 (113)	Mars 2017 OUI-X-NON 22 (74)	Sept. 2014 OUI-X-NON 0	Nov. 2015 OUI-X-NON 0	Mars 2017 OUI-X-NON 14			
Échantillon total	0	0	0	0	1	0	0	0	0			
FC sur le média lui-même	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Front national	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Debout la France	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Les Républicains (ou UMP)	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Union des démocrates et indépendants	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Modem	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
En Marche	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Parti socialiste	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Europe-Écologie / Les Verts	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Parti communiste	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
France insoumise	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Nouveau parti anticapitaliste	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Lutte ouvrière	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Autres partis politiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Autres personnalités ou rumeurs/réseaux sociaux	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Particularités de l'échantillon		+ 4 TV doublons	+ 1 mouture tous partis		+ 1 mouture tous partis	+ 1 mouture tous partis			Rubrique existante seulement de nov.2016 à mars 2017.			
Répartition totale par degré de véracité (en %)	0	0	0	5	0	0	0	0	14			
	100	100	100	11	10	16	0	0	43			
	0	0	0	85	90	84	0	0	43			

Ces tableaux indiquent, dans chaque colonne, le nombre d'articles ou de chroniques qui ont accordé un verdict positif (oui), négatif (non) ou nuancé (X) pour chaque parti. Ainsi, dans « Désintox », en septembre 2014, les trois articles consacrés à des vérifications d'assertions de membres du Front national ont tous reçu un verdict négatif.

Tableau 3. Les contenus de fact-checking politique des médias de presse écrite / web (répartition des assertions vérifiées par partis d'origine).

Fact-checking politique des médias audiovisuels : répartition des assertions vérifiées par partis d'origine	« Le Vrai-Faux de l'Info » (Europe 1)						« Le Vrai du Faux » (France Info)						« Le saviez-vous ? » (RTL)			« L'Œil du 20 heures » (France 2)									
	Sept. 2014 OUI-X- NON	Nov. 2015 OUI-X- NON	Mars 2017 OUI-X- NON	Sept. 2014 OUI-X- NON	Nov. 2015 OUI-X- NON	Mars 2017 OUI-X- NON	MAI 2016 OUI-X- NON	Sept. 2014 OUI-X- NON	Nov. 2015 OUI-X- NON	Mars 2017 OUI-X- NON															
	22	20	23	14	14	16	17	13 (15)	8 (9)	3 (12)															
Échantillon total*	10	6	0	0	1 (+2)	3 (+5)	4	1	0	0															
FC du média lui-même**	10	6	0	0	1 (+2)	3 (+5)	4	1	0	0															
Front national	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1															
Debout la France			0	0	2	0	0	0	0	0															
Les Républicains (ou UMP)	2	2	3	1	1	2	1	0	0	0															
Union des démocrates et indépendants			1	0	0																				
Modem			0	0	1																				
En Marche			0	0	2																				
Parti socialiste	9	4	0	4	1	0	4	1	0	4															
Europe-Écologie / Les Verts		2	5	2	0	3	2	1	0																
Parti communiste	0	0	2							1															
France insoumise			1	0	2					0															
Nouveau parti anticapitaliste																									
Lutte ouvrière			1	0	0					0															
Autres partis politiques			1	0	0																				
Autres personnalités ou rumeurs/réseaux sociaux	1	0	0	2	0	0	3	2	0	0															
Particularités de l'échantillon			+1 débat PS Vrai FN Faux FI Faux																						
Répartition totale par degré de véracité (en %)	55	0	45	35	15	50	41	4	55	29	0	71	36	0	64	25	19	56	0	10	90	0	100	0	100

Tableau 4. Les contenus de fact-checking politique des médias audiovisuels (répartition des assertions vérifiées par partis d'origine).

Cela est particulièrement criant pour *Le Monde*, qui n'a finalement consacré, pour les trois mois en question, que 62 articles à du fact-checking *stricto sensu*, sur un total de 312 articles. La proportion tend toutefois à croître – 17% de fact-checking en septembre 2014 contre près de 30% en mars 2017 – non pas que le nombre d'articles de vérification augmente (il est stable autour d'une vingtaine chaque mois, alors que l'on aurait pu supposer une hausse en période d'élection présidentielle), mais parce que le nombre total de productions a chuté de 40% environ entre le premier et le dernier mois concernés par notre échantillon.

Pour *France 2*, il semble que le travail de vérification évolue progressivement vers des thèmes d'enquête à proprement parler, mais sans réel objectif de vérification d'une assertion, qu'elle soit politique ou non. D'ailleurs, de plus de 75% de sujets consacrés à la vérification en septembre 2014, la chaîne passe à 25% environ en mars 2017, alors qu'il s'agit pourtant d'un mois de campagne électorale, propice à des prises de parole nombreuses des responsables politiques et des lobbies, propice également au bilan de l'exécutif sortant, exercice largement utilisé dans cette chronique dès 2014 (plus de la moitié des sujets concernaient alors le démenti d'une prise de position du Parti socialiste, à travers ses représentants, les membres du gouvernement et le président de la République). En mars 2017, « L'Œil du 20 Heures » va ainsi traiter des questions comme « les étudiants en médecine sont-ils sous l'influence des laboratoires pharmaceutiques ? », « les piscines vues du ciel, une aubaine pour le fisc », « les banques françaises continuent de faire de l'optimisation fiscale », etc. Et au cours de cette même période, la chaîne de service public n'a traité que trois sujets en lien avec la vérification de propos politiques, ce qui peut ressembler à un choix délibéré de contourner les enjeux électoraux.

Pour ce qui est des 284 productions qui ont plus particulièrement fait l'objet d'un travail de fact-checking, on observe toutefois une forte prédilection pour les sujets fondés sur la vérification de la parole des politiques elle-même, puisque les vérifications opérées concernent principalement des acteurs publics liés aux partis ou des représentants de ces partis (tableau 5, ci-après). Cette proportion ne descend en effet jamais en-dessous de 75% des articles de vérification produits par les médias étudiés, à part à de rares exceptions, en particulier en novembre 2015, le mois des

attentats de Paris et Saint-Denis, au cours duquel les services de fact-checking se sont également attachés à vérifier en direct d'autres contenus liés aux événements en cours, qu'il s'agisse de rumeurs ou d'autres contre-vérités diffusées notamment via les réseaux sociaux. En novembre 2015, « Désintox » ne publie pas 80 ou 90% de fact-checking politique, mais seulement 57%, tandis que « Les Décodeurs », qui publiaient 78% de fact-checking politique en septembre 2014, n'en publient plus que 38%.

On notera d'ailleurs que ce moindre attrait de la vérification politique va perdurer au *Monde*, où en mars 2017, cette proportion baisse encore à 27% seulement. Cela s'explique notamment par le fait qu'une partie de l'équipe s'est alors engagée dans une opération de fact-checking collaboratif appelée « CrossCheck », conduite par le réseau *First Draft*⁴²⁸ et notamment financée par *Google*. Or « CrossCheck », bien qu'elle ait été lancée à l'aube de l'élection présidentielle française (pour tenter d'enrayer la guerre des *fake news* qui venait alors d'avoir lieu aux États-Unis, également lors de la présidentielle), ne s'est pas réellement donné comme mission de vérifier la parole des politiques eux-mêmes, mais plutôt les « posts » les plus mensongers et les plus viraux diffusés par les utilisateurs des réseaux sociaux. Il ne s'agissait plus, dès lors, de surveiller la parole des politiques mais, éventuellement, la parole sur les politiques et, tout particulièrement celle diffusée par les réseaux d'extrême droite, jugés les plus actifs dans ces périodes. Pour « Les Décodeurs », cela a pu se traduire par des publications du type : « *Non, William Saurin ne finance pas l'islam avec son cassoulet 100% volaille* », « *Non, l'argent liquide ne va pas disparaître* », « *Une vidéo manipulée fait croire à des débordements à Paris dimanche 19 mars* », « *Hamon et Macron visés par des attaques de désinformation par effet d'annonce* », etc.

(suite page 300)

⁴²⁸ *First Draft* est une organisation américaine à but non lucratif, un réseau et un centre de ressources qui affiche la volonté de proposer des conseils pratiques et éthiques au sujet de la recherche, de la vérification et de la publication d'informations provenant des réseaux sociaux. Son travail se concentre notamment sur : les images attribuées erronément ou manipulées, largement diffusées en ligne ; les photos et les vidéos réalisées par des témoins sur le lieu d'un événement ; les informations et le contenu partagés sur les réseaux sociaux et au moyen d'applications de messagerie privées ; les fausses informations et les canulars produits à des fins financières ou politiques.

Informations sur ce réseau disponibles sur : <https://fr.firstdraftnews.com/a-propos/#core> (page consultée le 21 juillet 2017).

Fact-checking politique de la presse écrite-web	« Désintox » (Libération)			« Les Décodateurs » (Le Monde)			« Le Vrai-Faux des Échos » (Les Échos)		
	Sept. 2014	Nov. 2015	Mars 2017	Sept. 2014	Nov. 2015	Mars 2017	Sept. 2014	Nov. 2015	Mars 2017
Échantillon total	18	40	31	19	21	22	0	0	14
Taux d'articles consacrés à la vérification de la parole des politiques elle-même	90%	57%	80%	78%	38%	27%			93%

Fact-checking politique des médias audiovisuels	« Le Vrai-Faux de l'Info » (Europe 1)			« Le Vrai du Faux » (France Info)			« Le saviez-vous ? » (RTL)			« L'œil du 20 heures » (France 2)			
	Sept. 2014 OUI-X-NON	Nov. 2015 OUI-X-NON	Mars 2017 OUI-X-NON	Sept. 2014 OUI-X-NON	Nov. 2015 OUI-X-NON	Mars 2017 OUI-X-NON	MAI 2016 OUI-X-NON	Sept. 2014 OUI-X-NON	Nov. 2015 OUI-X-NON	Mars 2017 OUI-X-NON	Sept. 2014 OUI-X-NON	Nov. 2015 OUI-X-NON	Mars 2017 OUI-X-NON
Échantillon total*	22	20	23	14	14	16	17	13	8	3			
Taux d'articles consacrés à la vérification de la parole des politiques elle-même	90%	90%	100%	78%	85%	100%	88%	76%	85%	33%			

Tableau 5. Les contenus de fact-checking politique des médias de presse écrite / web et audiovisuels (pourcentages d'articles consacrés à la parole des politiques).

Quant aux autres articles qui comptent eux aussi dans le total des articles fact-checkés de notre échantillon hors personnel politique, ils concernent souvent la vérification de propos tenus par des membres de la société civile, des responsables de lobbies, d'associations, voire, très ponctuellement, des hommes politiques étrangers, etc. Ils sont donc relativement rares tout au long des mois étudiés, ne dépassant guère 20% du total des productions de vérification.

Pour ce qui est de la répartition des articles et chroniques de fact-checking politique par partis, il est notable que trois partis concentrent l'essentiel du travail de vérification, à savoir le Front national, les Républicains (et l'UMP) et le Parti socialiste. Cette focalisation est certes moins flagrante au cours du mois de mars 2017 et singulièrement pour le fact-checking de radio : *Europe 1* a vérifié des citations issues de 10 partis différents ce mois-ci, et *France Info*, pour sa part, 7 ; tandis que *Les Échos* et *Libération* en ont vérifié 6 chacun et *Le Monde* 2. Il faut rappeler que c'est au cours du mois de mars 2017 que la liste officielle des 11 candidats à l'élection présidentielle a été rendue publique par le Conseil constitutionnel ; ainsi, pendant les 18 premiers jours du mois, des partis et des candidats, plus nombreux encore, pouvaient potentiellement être cités dans les rubriques et chroniques de fact-checking, puisqu'ils étaient plus nombreux encore à faire campagne. Mais il n'en a rien été, un peu comme si les médias concernés avaient globalement choisi de maintenir leur attention sur les quelques acteurs politiques qu'ils jugeaient eux-mêmes importants.

De ce point de vue, on observe qu'en mars 2017, toujours, le mouvement En Marche, fraîchement créé par Emmanuel Macron et qui allait devenir le premier parti représenté à l'Assemblée nationale quelques mois plus tard, n'a fait l'objet que de cinq articles de fact-checking seulement, sur plus d'une centaine publiés pendant cette période. Pendant ce temps-là, le Front national suscitait 24 vérifications, Les Républicains 25 et le Parti socialiste 10. Au vu des intentions de vote, puis, *a posteriori*, des résultats de l'élection présidentielle, ce différentiel dans le traitement réservé aux partis par les différents médias fact-checkeurs pose la question de la légitimité de leurs choix citationnels.

Cela est d'ailleurs plus flagrant encore à l'aune des autres périodes étudiées. En effet, par rapport à ces autres périodes, plus neutres politiquement, les choix de certains médias ont pu fluctuer. Ainsi, « Désintox » vérifiait tout autant le Parti socialiste que Les Républicains en septembre 2014, en prenant moins en compte le Front national ; mais en mars 2017, le Front national faisait l'objet de 13 vérifications dans cette seule rubrique (toutes démenties, puisque c'est là son mode de fonctionnement, rappelons-le), contre une seule citation du Parti socialiste, dans un article qui ne lui était même pas entièrement consacré. Aucun autre média n'a fonctionné ainsi. Tout juste remarque-t-on que, dans le même temps, « Les Décodeurs », qui produisaient moins d'articles politiques qu'à l'accoutumée, ont continué de travailler sur le FN et LR, sans jamais vérifier de propos du Parti socialiste. Pourtant, outre les échanges et débats électoraux, les prises de parole publiques multiples, ce parti a traversé, entre autres, la démission du ministre de l'Intérieur Bruno Le Roux, dont la défense a donné lieu à plusieurs assertions mensongères.

La question des supposées ou réelles marottes et préférences politiques des cellules de fact-checking fait partie des questions épineuses pour les journalistes concernés. En effet, en l'absence d'un cadre strict au moment de faire leurs choix (équilibre des partis fact-checkés par période, équilibre des « verdicts » par parti, etc.), ils sont tous susceptibles de se laisser aller vers les choix qui leur semblent les plus naturels. Ils peuvent aussi s'adapter au penchant ou à la ligne éditoriale de leur média d'appartenance, ce qui rend immédiatement discutable leur fonction, puisqu'il n'y a pas de difficultés particulières à convaincre un lecteur de *Libération* – plus généralement classé à gauche – qu'un Nicolas Sarkozy dit faux. Le défi, en l'occurrence, consisterait à faire la même chose avec François Hollande. Ni difficultés, donc, ni enjeu fort en termes d'information ou de lutte contre les idées reçues, qui sont les ressorts du fact-checking traditionnellement mis en avant par ses auteurs et défenseurs. En revanche, cela peut constituer un atout en termes d'audience. Cédric Mathiot évoque ainsi les rapports singuliers de « Désintox » avec Nicolas Sarkozy :

« Aux débuts de la rubrique, ce n'était pas évident de taper aussi bien à droite qu'à gauche. Des partisans de Ségolène Royal nous avaient attaqués à propos de notre démenti sur le taux de 40% de salariés parmi

les bénéficiaires des Restos du Cœur... (...) Mais Sarkozy est un être à part. Il est beaucoup dans l'oralité, c'est un bon storyteller, qui raconte toujours une histoire, des histoires, c'est un orateur qui parle avec les mêmes ressorts que pour un one man show. »⁴²⁹

Ces rapports ont pu conduire, par exemple, à ce que les journalistes de « Désintox » ont appelé le « Sarko Bingo », une grille de douze « intox » régulièrement utilisées dans ses meetings par Nicolas Sarkozy et que le lecteur est invité à cocher lorsqu'il les entend. Cela indique à quel point il est possible pour un titre de s'éloigner largement de son objectif d'impartialité et d'objectivité pour verser plus sûrement dans la raillerie. Cédric Mathiot, lui, parle plus volontiers d'un traitement spécifique de la répétition des mensonges, « *un vrai sujet* » selon lui, qui souhaite faire de « Désintox » « un observatoire de la manière de faire de la politique ».

Reste que ce clivage partisan, au sein d'une rubrique destinée à faire la vérité sur les propos tenus par les politiques reste discutable. Y compris en interne, si l'on en croit Baptiste Bouthier, qui ne cache pas, d'ailleurs, la délicate question de l'audience au moment de faire des choix citationnels :

« Une fois sur trois, le papier « Désintox » fait partie des cinq articles les plus lus. Et il peut le rester tout l'après-midi. Si c'est du Sarko, il y a quatre fois plus de lectures que sur la home de Libé. Sarko, c'est le client ultime. Le Pen fonctionne aussi. (...) Sur Arte, on a une exigence d'équilibre. Mais ici, ce n'est pas le cas. Si on s'attaque à Sarko, c'est qu'il est un des meilleurs clients ; le mensonge est plus décomplexé à droite, c'est notre impression. (...) L'équilibre est un aspect qui m'importe, mais Cédric n'est pas de cet avis. Je pense que quand on fera le bilan de la gauche au pouvoir, on rééquilibrera les choses. »⁴³⁰

D'ailleurs, aux États-Unis, les *pure-players* pionniers et leaders du fact-checking, bien qu'ils restent critiqués, s'attachent à défendre le pluralisme dans leurs choix éditoriaux. Tout comme les journalistes du *Monde*, qui ont déjà dû justifier leurs méthodes de travail à plusieurs reprises. Ce fut le cas notamment en 2014, dans un

⁴²⁹ Entretien réalisé le 13 novembre 2015.

⁴³⁰ Entretien réalisé le 30 juillet 2015.

article posté alors sur le blog des « Décodeurs », intitulé « *Les Décodeurs sont-ils politiquement paritaires ?* », qui précise :

« Nous concentrerions nos efforts de vérification sur la gauche. Ou alors sur la droite. Ça dépend des jours. Cette critique nous est adressée en commentaire de chaque article ou presque, en des termes plus ou moins amènes. (...) Depuis le 1^{er} janvier 2013, nous avons publié sur ce blog 79 articles, consacrés dans leur immense majorité à la vérification de la parole d'hommes ou de femmes politiques. Sur ces 79 articles : 10 ne peuvent être classés selon qu'ils concernent droite ou gauche, (...) 31 concernent des personnalités de droite, (...) 37 concernent une personnalité de gauche, (...) 2 sont consacrés à François Bayrou et au MoDem... »⁴³¹

Et cette tentative d'autojustification se retrouve quand, en mars 2015, une année après que le blog a été transformé en chaîne du site *Lemonde.fr*, l'heure est à un premier bilan, sous la forme d'un vrai-faux, pour contrer les « idées reçues » :

« Les Décodeurs » attaquent toujours la gauche/droite. C'est faux. Nous avons refait les comptes un an après le lancement et ils ne varient pas tellement de ceux que nous avons faits il y a un an : la parité est respectée. Entre le 10 mars 2014 et aujourd'hui, nous avons fait 55 articles de vérification de propos tenus par des membres du PS, autant pour l'UMP. Nous avons par ailleurs écrit 13 articles de « fact-checking » sur le FN, 5 sur les Verts, 4 sur la gauche radicale et 1 sur le centre. La forte proportion de papiers consacrés à des propos d'extrême droite s'explique en partie par l'actualité politique (la forte montée du parti frontiste aux élections européennes et municipales) et par l'omniprésence de ses représentants dans les médias. »⁴³²

⁴³¹ PARIENTÉ Jonathan, « Les Décodeurs sont-ils politiquement paritaires ? », *Le Monde*, 21 janvier 2014. Disponible sur : <http://decodeurs.blog.lemonde.fr/2014/01/21/les-decodeurs-sont-ils-politiquement-paritaires/> (page consultée le 26 juillet 2017).

⁴³² DAMGÉ Mathilde, « 3 idées reçues sur les Décodeurs », *Le Monde*, 10 mars 2015. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/03/10/3-idees-recues-sur-les-decodeurs_4590793_4355770.html (page consultée le 26 juillet 2017).

L'existence même de cet exercice démontre à quel point le travail des fact-checkeurs peut sembler irritant pour nombre de lecteurs et peut-être aussi de responsables politiques. On retrouve dans cette critique l'expression de l'un des biais majeurs de la méthode de travail des fact-checkeurs, à savoir les critères de choix de telle ou telle phrase à vérifier, de telle ou telle personnalité à contredire ou à conforter dans ses propos. D'ailleurs, les bilans en question – qui précèdent il est vrai, à chaque fois, un listing complet des articles – ne font que quantifier les articles publiés ; ils ne disent rien de leurs verdicts, même s'il est vrai que ceux-ci, pour « Les Décodeurs » en tout cas, sont généralement négatifs.

Ainsi, notre propre échantillon permet d'observer ce qu'il en est de la nature des « verdicts » prononcés par les fact-checkeurs à propos des phrases politiques vérifiées. Nous mettons-là de côté le travail de *Libération*, puisque sa rubrique « Désintox » ne traite que les assertions dont elle peut montrer qu'elles sont fausses. Et, dans une moindre mesure, nous observons que tel est le cas également pour « L'Œil du 20 Heures ». Mais, pour le reste, la répartition du fact-checking par degré de véracité (ainsi que nous l'avons nommée dans les tableaux 3 et 4) montre une appétence globale pour le faux également.

84% à 90% des vérifications produites par *Le Monde* en septembre 2014, novembre 2015 et mars 2017 concluent ainsi que l'interlocuteur en question se trompe ou a menti (0 à 5 % sont dites « vraies », le reste prête à discussion). Le faux représente aussi 88% du travail réalisé à *RTL* et 56 à 71% de celui du journaliste fact-checkeur de *France Info*. *Les Échos*, eux, proposent 14% de vrai et 43% de discutables, ainsi que de faux ; tandis que « Le Vrai-Faux de l'Info » d'*Europe 1* propose également davantage d'équilibre, avec 55% de vrai en septembre 2014 et 50 % de faux en moyenne sur l'ensemble des trois périodes. Ces constats de « verdicts » plus mitigés au sein des radios *France Info* et *Europe 1* tend d'ailleurs à confirmer la difficulté de travailler à flux tendu pour produire quotidiennement un démenti à la suite d'une déclaration d'un homme politique. Quand bien même les journalistes perçoivent que la phrase vérifiée est vraie, ils ne peuvent pas – comme le fait *Libération* – choisir un autre sujet à traiter, faute de temps.

Mais il est vrai que le résultat auprès du lecteur, de l'auditeur ou du téléspectateur n'est pas le même selon que l'on choisit plus régulièrement des phrases vraies (ou fausses) de Marine Le Pen, de François Fillon ou de Benoît Hamon. Il est ainsi possible d'insinuer que l'un dit toujours vrai, quand l'autre passerait son temps à mentir, ce qui contredit pour une part non négligeable l'intention de plus grande objectivité du journalisme de fact-checking.

Enfin, la question des choix citationnels s'applique également aux sources des phrases vérifiées. Non pas uniquement la personnalité à l'origine des propos que l'on a décidé de fact-checker, de contredire ou de confirmer, mais également le média qui a diffusé les propos en question, à l'occasion d'un article de presse, d'un débat télévisé, d'une interview radio, etc. En effet, l'échantillonnage que nous avons réalisé démontre assez bien que le fact-checking a bel et bien abandonné là une autre de ses caractéristiques fondatrices, au moment où, dans les années 1920 aux États-Unis – ainsi que nous l'avons indiqué en partie 1 – les fact-checkeurs étaient chargés de vérifier l'intégralité des contenus de leur propre publication, avant parution. Cette fois-ci, donc, les médias qui proposent un rendez-vous de fact-checking autorisent ou invitent leurs journalistes à rechercher des informations à vérifier en dehors de leurs propres colonnes, pages, émissions de radio ou de télévision.

Nous employons à dessein cette double dénomination – autoriser et inviter – car il semble que la méthodologie mise en place par les équipes de fact-checkeurs ne repose pas systématiquement sur une réelle stratégie du média pour lequel ils travaillent. D'ailleurs, il semble que l'autorisation soit assez régulièrement une autorisation tacite finalement, sans avoir toujours fait l'objet en amont d'une discussion d'ordre éditorial très poussée. Pourtant, nous pensons que ce choix n'a rien de neutre ni d'insignifiant au regard des rapports que les journalistes de fact-checking entretiennent ou souhaitent entretenir avec leur média et avec leurs collègues (des services politiques notamment) au sein de ce média. Plus globalement, pour les responsables des rédactions eux-mêmes, ce choix dit beaucoup de la manière dont ils entendent s'adresser aux lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et aussi du message qu'ils font passer à leurs propres effectifs de journalistes, en interne. Vérifier les propos tenus sur son antenne ou dans ses colonnes n'a en effet pas grand-chose à voir avec

rechercher systématiquement des propos tenus n'importe où ailleurs pour éventuellement les contredire.

Missionner une équipe pour, en quelque sorte, repasser derrière un intervieweur et montrer, le lendemain ou dans les heures qui suivent, qu'il n'a pas su relever une contre-vérité semble délicat à certains. D'autres peuvent y voir une opportunité pour mieux informer le public et gagner davantage sa confiance. Et notre étude des contenus traduit assez clairement les choix qui ont pu être faits ici et là. Sur 315 productions étudiées au cours des trois périodes, seules 26 se réfèrent à une assertion prononcée dans le média fact-checkeur lui-même, soit moins de 10 %. Et encore, cela ne vaut pas de la même façon selon la période et le média auxquels on s'intéresse. Ainsi, en septembre 2014, novembre 2015 et mars 2017, *Libération* n'a jamais proposé un seul fact-checking à propos d'une déclaration politique faite dans ses colonnes (sur 89 productions). *Le Monde* ne l'a fait qu'une seule fois (sur 62 productions), comme *France 2* (sur 20 productions). *RTL*, pour la seule période de mai 2016 (la seule étudiée pour ce média) a en revanche cherché à le faire davantage, avec 4 occurrences sur 17 productions (presque 25%). Comme *France Info*, où trois chroniques sur 16 étaient consacrées au fact-checking de sa propre antenne en mars 2017, tandis que 5 autres étaient fondées sur des propos tenus dans le même groupe d'audiovisuel public (sur *France 2* ou *France Inter*). *Europe 1* a également cherché délibérément à produire du fact-checking « maison », particulièrement lors des périodes les moins récentes : 10 sur 22 chroniques en septembre 2014, mais aucun sur les 23 chroniques de mars 2017, après, c'est vrai, un changement de responsable pour « Le Vrai-Faux de l'Info ».

Laurent Guimier, qui a lancé cette chronique sur l'antenne d'*Europe 1* en 2012, à la demande du directeur de la rédaction Fabien Namias, évoque un choix éditorial initialement tourné vers la vérification de l'antenne :

« *Il voulait que je travaille en priorité sur les propos tenus sur Europe 1. J'ai accepté le test, mais en l'avertissant de deux problèmes : le premier, c'est qu'il faut avoir l'humilité de se dire qu'on n'a pas tous les jours matière, notamment politique, permettant de faire un fact-checking (...); et le deuxième, c'est « es-tu bien sûr qu'il est bien tous les jours de rappeler que l'intervieweur n'a pas forcément bien fait son boulot, n'a pas*

forcément tiqué quand l'invité politique a dit quelque chose qui peut sembler un peu erroné ? » (...) Cela était possible avec Jean-Pierre Elkabbach, mais face à d'autres personnalités, davantage en quête de légitimation de leur rôle d'intervieweur majeur, c'est plus compliqué de se dire qu'il y a le type qui vient derrière et surtout le lendemain... »⁴³³

Ces questions posées par un journaliste qui a la légitimité d'avoir été lui-même directeur de la rédaction et qui, de ce fait, se sentait « *protégé de soucis éventuels avec le service politique* », en disent long sur la difficulté de la tâche dans d'autres rédactions, quand les fact-checkeurs sont de jeunes journalistes parmi les moins expérimentés. *France Info* a d'ailleurs fait un temps le même choix, à l'origine, lorsque Gérard Roux, après avoir occupé des responsabilités de rédacteur en chef et de direction adjointe, s'est vu confier les premières chroniques de fact-checking :

« À partir de 2011, pendant la campagne présidentielle, je faisais notamment chaque matin un papier web fondé sur l'invité politique de France Info. Et début 2012, on m'a demandé un exercice de vérification de tout ce que nous avaient dit les cinq invités politiques de la semaine, dans une chronique le samedi matin. (...) On a été les premiers à le faire en exercice radiophonique. (...) Et comme ça plaisait bien, on a eu l'idée de la faire tous les matins. Alors j'ai dit qu'on ne pourrait plus se baser sur les seules dix minutes d'interview de la veille, mais sur d'autres radios, d'autres télé. Par contre il fallait passer l'extrait, c'est le truc un peu marrant. »⁴³⁴

Le critère de la difficulté à trouver chaque jour une phrase à vérifier – et non pas chaque semaine comme le faisait *France Info* aux débuts de sa chronique – semble donc réelle pour des médias soumis à un rythme de production quotidien du fact-checking et avec une équipe réduite. Mais il n'est pas certain que lui seul justifie le choix de ne jamais vérifier, *a contrario*, ce qui se dit dans le média fact-checkeur lui-même. Toujours est-il que les contenus dans lesquels puisent une majorité de fact-checkeurs sont d'origine pour le moins variée. En réalité, tous les médias

⁴³³ Entretien réalisé le 23 septembre 2015.

⁴³⁴ Entretien réalisé le 21 octobre 2015.

d'information généraliste, essentiellement nationaux, peuvent être utilisés comme sources par les fact-checkeurs, ainsi que, de plus en plus souvent, les réseaux sociaux et notamment *Twitter*. Les seuls critères irrévocables concernent la nécessité de choisir un média audiovisuel quand diffuser le son ou l'image est une des particularités de la chronique que l'on prépare. Pour le reste, les fact-checkeurs se montrent libres de citer leurs concurrents par exemple.

Libération utilise 18 sources différentes pour 40 fact-checking en novembre 2015, puis 12 sources pour 31 fact-checking en mars 2017, sachant que les réseaux sociaux sont à l'origine d'une douzaine d'articles à chaque fois, le reste concernant des doublons. Et la même diversité de sources médias se constate pour tous les contenus analysés, avec tout de même une forte prédominance des contenus issus de médias audiovisuels toutefois, compte tenu de leur usage – nous l'avons dit – et de leur plus grande force aussi, certainement, pour attester que ce qui est vérifié a bien été dit tel quel par la personne dont les propos sont fact-checkés. En somme, ils constituent de meilleures « pièces à conviction », apparaissent moins contestables que des mots qui ont fait l'objet d'un travail rédactionnel. En outre, nous le constaterons un peu plus loin, un certain nombre de productions de fact-checking contiennent ces mêmes éléments audio et/ou vidéo inclus dans leur version web, ce qui rend plus vivantes et plus dynamiques ces productions finalement multimédias.

Il faut ajouter à cela que les services de fact-checking des rédactions de presse écrite et web en particulier peuvent avoir le souci de vérifier prioritairement les déclarations qui ont eu le plus d'impact en termes d'audience. Ainsi, il devient logique de consacrer ses efforts à vérifier une assertion réalisée lors du journal de 20 heures de *TF1*, qui est regardé par des millions de personnes, plutôt qu'une autre, dans les pages de *Libération*, tiré à moins de 100 000 exemplaires. Cela, toutefois, n'empêche pas le titre en question (comme d'autres) de s'appuyer parfois sur des déclarations assez confidentielles issues des questions au Gouvernement, de la chaîne *Public Sénat* ou d'une station de *France Bleu*.

Finalement, il semble étonnant, malgré toutes les considérations techniques que nous avons pu prendre en compte, que *Libération* et *Le Monde* vérifient plus volontiers les interviews des politiques dans les pages des *Échos* ou du *Figaro* plutôt que dans les siennes, que *France Info* s'intéresse à *RTL* ou *Europe 1* quand *RTL* cite *France Info*

et que *Europe 1* cite à la fois *RTL* et *France Info* ou que *France 2*, de son côté, cite *TF1*, *LCI*, *CNews*, *LCP*, etc. Autrement dit il n'est pas forcément cohérent de voir ainsi les médias, à type de contenus égaux, citer plus abondamment leurs concurrents que leurs propres programmes. Mais, nous l'avons dit, plusieurs critères concourent à cette situation, dont un, peut-être majeur, qui concerne la susceptibilité des autres journalistes et autres services.

7.2.2. Une construction et une écriture qui se veulent convaincantes

Nous ne revenons pas ici sur les caractéristiques qui font des productions de fact-checking des représentations d'un genre journalistique spécifique. Nous évoquerons plus particulièrement les ressorts de leur écriture, leurs éléments constitutifs et leurs finalités. Pour cela nous avons approfondi l'analyse des tableaux 3 et 4 par d'autres approches permettant de mieux identifier et quantifier l'objet des articles et chroniques en présence, la nature des titres et accroches utilisés, les agréments en termes de paroles extérieures, d'éléments visuels ou de compléments multimédias, ainsi que la nature des conclusions formulées à l'issue de ces travaux.

Les trois mêmes périodes de référence – septembre 2014, novembre 2015 et mars 2017 – ont été étudiées avec, donc, le même nombre d'articles et de chroniques, en examinant aussi bien les canaux de diffusion originaux (presse écrite/web, radio, télévision) que secondaires, en particulier pour les chroniques audiovisuelles qui font également l'objet d'une mise en ligne. Nous pouvons ainsi, à la fois décrire les particularités les plus marquantes de nos observations, puis nous attacher à décrypter ce qu'elles signifient en termes de finalités journalistiques.

Pour étudier la construction et l'écriture des articles et chroniques de fact-checking, nous nous sommes fondés sur leurs différentes versions, écrites, donc, pour les publications diffusées uniquement sur les sites web de *Libération*, *Le Monde* et *Les Échos*, puis orales et écrites pour les productions audiovisuelles qui font toutes l'objet, depuis novembre 2015 en tout cas, d'une double diffusion sur *Europe 1*, *France Info*, *RTL*, *France 2* et sur le site web de chacun de ces médias. Nous avons ainsi pu constater quelques caractéristiques pour chaque mode d'énonciation. Aux médias de presse écrite / web les articles de fact-checking les plus longs, supérieurs, dans plus des deux tiers des cas (65%), à deux feuillets journalistiques (3 000 signes,

caractères et espaces compris). Tandis que les médias audiovisuels se contentent soit de mettre en ligne des résumés de leurs chroniques, soit l'intégralité de leurs propos, mais dans des formats compris entre 1 500 et 3 000 signes (100% des mises en ligne d'*Europe 1* et de *France Info*), voire inférieurs à 1500 signes (100% des productions publiées par *RTL*), le constat étant plus partagé pour « L'Œil du 20 Heures » de *France 2*, qui bénéficie d'un blog pour développer les sujets diffusés à l'antenne et qui publie ainsi pour moitié des articles de moins de 1 500 signes et pour l'autre des articles de plus de 3 000 signes.

(suite page 313)

Pour bien lire ci-après les tableaux 6 et 7

- * 19 (/125) signifie : 19 articles étudiés sur 125 articles publiés au total, pendant la période étudiée (nous n'avons bien sûr retenu que les articles de vérification).
- ** 1 (+2) signifie : une citation en provenance du média fact-checkeur lui-même (+ 2 citations en provenance d'autres médias partenaires ou appartenant au même groupe).
- *** 4 (+ 5 et 7) signifie : 4 démentis autres simples en papier principal (+ 5 démentis réseaux sociaux radio et web / et 7 démentis réseaux sociaux uniquement radio).
- **** 6 (+4) signifie : 6 sources expertes citées à l'écrit sur le web ET diffusées en son dans la chronique radio (+ 4 sources expertes simplement citées à l'écrit et/ou à l'oral, sans leur son).
- ***** 1 + 4 hors verdict signifie : une seule conclusion clairement nuancée, mais 4 articles et/ou chroniques qui, malgré un verdict tranché, présentent des bémols dans leur développement.

Fact-checking politique de la presse écrite-web : étude des contenus des sujets mis en ligne	« Désintox » (Libération)			« Les Décodateurs » (Le Monde)			« Le Vrai-Faux des Échos » (Les Échos)		
	Sept. 2014	Nov. 2015	Mars 2017	Sept. 2014	Nov. 2015	Mars 2017	Sept. 2014	Nov. 2015	Mars 2017
Échantillon total*	18 dt 6 TV	40 dt 7TV	31	19 (125)	21 (113)	22 (74)	0	0	14
FC sur le média lui-même	0	0	0	0	1	0	0	0	0
TYPES DE CHRONIQUE									
Démenti politique simple	15	19 dt 3TV	22	12	6	8			12
Mouture politique	1	4	5	3	5	3			1
Démenti autre simple	1	13dt 2 TV	4	3	4	7			1
Mouture autre	1	2	0	1	6	4			0
TITRES / ACCROCHES									
Démenti : « Non, xxxxx »	0	11	10	4	1	3			0
Titre informatif, neutre, nuancé	2	7 dt 1TV	6	8	10	13			0
Question ou question/réponse	0	3 dt 2 TV	6	3	2	0			14
Titre incitatif (dont ironie)	16 dt 5 TV	17 dt 2TV	9	4	8	6			0
LONGUEUR									
Calibrage < 1500 signes	6 dt 6 TV	12 dt 7TV	4	0	1	3			0
Calibrage 1500 à 3000 signes	4	8	6	4	3	1			4
Calibrage > 3000 signes	8	18	21	15	17	18			10
CONTENUS									
Éléments audio/vidéo (dont citation vérifiée)	11 dt 6 TV	17 dt 7TV	4	4	1	4			0
Mise en forme de données (graphiques, tableaux, etc.)	4	8	8	8	3	3			0
Autres illustrations, hors photo principale (tweet, photo, carte, copies écran...)	1	15	16	5	7	12			1
Liens hypertextes vers des sources extérieures	9	19	22	16	20	22			13
Experts et sources humaines cités entre guillemets	2	5	6	2	1	4			1
Contact pris avec l'auteur de la déclaration vérifiée	0	0	1	1	0	0			0
TYPES DE « VERDICTS »									
100% « faux »	17 dt 6 TV	35 dt 7TV	25	13	18	19			6
100% « vrai »	0	0	0	1	0	0			1
Nuances	1	3	6	6	3	3			7

Tableau 6. Les contenus de fact-checking politique des médias de presse écrite / web (répartition des sujets par nature de contenus).

Fact-checking politique des médias audiovisuels : étude des contenus des sujets diffusés et mis en ligne	« Le Vrai-Faux de l'Info » (Europe 1)				« Le Vrai du Faux » (France Info)				« Le saviez-vous ? » (RTL)			« L'œil du 20 heures » (France 2)			
	Sept. 2014	Nov. 2015	Mars 2017		Sept. 2014	Nov. 2015	Mars 2017		Mai 2016	Sept. 2014	Nov. 2015	Mars 2017			
Échantillon total*	22	20	23		14	14	16		17	13 (15)	8 (9)	5 (12)			
FC du média lui-même**	10	6	0		0	1 (+2)	3 (+5)		4	1	0	0			
TYPES DE CHRONIQUE (version web et audiovisuelle)															
Démenti politique simple	20	17	21		8	12	12		13	8	4	0			
Mouture politique	0	1	2		2	0	4		2	5	3	4			
Démenti autre simple***	2	1	0		4 (+5 et 7)	2 (+0 et 12)	0 (+0 et 9)		2	0	1	1			
Mouture autre	0	1	0		0	0	0		0	0	0	0			
TITRES / ACCROCHES (version web et audiovisuelle)															
Démenti : « Non. xxxxx »	0	0	0		0	0	0		0	0	0	0			
Titre informatif, neutre, nuancé	0	0	0		7	3	13		7	8	3	0			
Question ou question/réponse	22	20	23		7	11	3		6	3	0	3			
Titre incitatif (dont ironie)	0	0	0		0	0	0		4	2	5	2			
LONGUEUR (version web)															
Calibrage < 1500 signes					0	0	0		17		7	3			
Calibrage 1500 à 3000 signes					14	14	14		0		0	0			
Calibrage > 3000 signes					0	0	2		0		8	2			
CONTENUS (version web et audiovisuelle)															
Éléments audio/vidéo diffusés (dont citation vérifiée)	22	20	23		14	16	16		15	13	8	5			
Mise en forme de données (graphiques, tableaux, etc.)					3	7	2		0	6	6	5			
Autres illustration, hors photo principale (tweet, photo, carte...)					3 (2 ^e part)	1	1		0	3	4	1			
Liens hypertextes					12	12	14		12	0	3	2			
Liens des sources extérieures					0	0	0		1 (+6)	3	5	0			
Experts et sources humaines (sons/vidéos diffusés)****	0 (+12)	0 (+11)	0 (+11)		6 (+4)	2 (+9)	1 (+1)			10	5	5			
Contact pris avec l'auteur de la déclaration vérifiée	0	0	0		0	0	0								
CONCLUSION (version web et audiovisuelle)															
100% « faux »	10	11	13		10	8	9,5		1,5	8	6	3			
100% « vrai »	12	8	9		3	4	3		2	0	0	0			
Nuances*****	0 +5 hors-verdict	1 +4 hors-verdict	1		1 +4 hors-verdict	1 +3 hors-verdict	2,5		0	5	2	2			

Tableau 7. Les contenus de fact-checking politique des médias audiovisuels (répartition des sujets par nature de contenus).

Ce qu'il faut retenir de cela, c'est que la simple consigne écrite des chroniques de radio ne peut être longue, dans la mesure où le temps d'antenne qui leur est consacré sur *Europe 1*, *France Info* et *RTL* correspond à plus ou moins deux minutes, voire moins, ce qui est particulièrement court. Les choses sont un peu différentes pour *France 2*, dont la rubrique fait – lors des trois mois de notre échantillon – entre 2'50 et 5'15, ce qui est relativement long pour un sujet de journal télévisé. Mais c'est donc sans surprise que les articles les plus longs s'avèrent être ceux produits par les médias de presse écrite, qui détaillent très souvent leurs informations de fact-checking afin de s'assurer de ne laisser aucune prise à une argumentation contradictoire. C'est ainsi que les arguments des opposants ou défenseurs d'une thèse, quelle qu'elle soit, sont anticipés du mieux possible pour ne pas risquer que les articles de vérification soient critiqués.

Nous observons également ce différentiel d'approche entre presse écrite / web et radio à propos des « verdicts », plus ou moins explicites, qui ponctuent les articles et chroniques. En effet, non seulement – comme nous l'avons d'ores et déjà évoqué – les médias audiovisuels ont tendance à davantage produire de fact-checking avec des « verdicts » vrais, mais, en plus, et ce probablement du fait de l'oralité de leur exercice, ils ont davantage tendance à y incorporer des nuances du type : « C'est faux, mais Untel a tout de même raison lorsqu'il explique... » ou encore « C'est faux. En revanche ce que Untel dit du sujet est en partie vrai, puisque... » Il est bien entendu plus simple de proposer une approche nuancée des sujets dans un échange avec un présentateur à l'oral.

Les autres enseignements principaux des deux tableaux 6 et 7 concernent essentiellement la nature des articles et chroniques. Sur ce point, il est aisé de noter la forte prédominance des productions (les deux tiers, 66%) qui proposent ce que nous avons appelé un « démenti politique simple », c'est-à-dire un contenu dédié à la vérification du contenu d'une seule déclaration d'un responsable politique. Dans ce domaine, les radios se distinguent, car elles ne proposent quasiment que ce type de contenus (à près de 82%).

Les deux catégories représentées ensuite rassemblent soit des moutures politiques (des articles ou chroniques qui vérifient plusieurs propos d'une même personnalité politique ou de personnalités politiques différentes), soit ce que nous avons nommé

des « démentis autres simples », pour des vérifications uniques d’assertions faites par d’autres personnalités ou acteurs de la société civile. Enfin, quelques articles et chroniques seulement sont consacrés à des moutures de ce dernier type.

Ces aspects quantitatifs, à propos des différents types d’articles et chroniques proposés par les principaux médias fact-checkeurs français depuis 2014, confirment la forte prédominance du fact-checking de démenti politique dans ces médias et la filiation de cet exercice par rapport au travail effectué aux États-Unis par les *Politifact*, *FactCheck* notamment. Ce constat est intéressant du point de vue de l’évolution récente du fact-checking en France, en particulier à travers les initiatives plus diversifiées de la fin de l’année 2016 et du début de l’année 2017. En lien avec l’élection présidentielle française, mais aussi avec l’élection présidentielle américaine et la propagation accélérée de ce qu’on appelle *fake news*, le panel des différents types de fact-checking produits a encore grandi (voir paragraphe 7.2.3).

Toutefois, d’autres caractéristiques méritent d’être relevées et analysées à propos de la construction des contenus étudiés sur les périodes de septembre 2014, novembre 2015 et mars 2017. Comme nous l’avons relevé à propos de la question des genres, il existe un schéma, une construction propre, une scénarisation – pour ne pas dire une mise en scène – particulière de l’information au sein des articles et chroniques de fact-checking.

Ce qui rend singulière cette construction, c’est en premier lieu le découpage, pensé pour faire apparaître clairement la différence entre la parole du politique entre guillemets d’un côté et le travail du journaliste de l’autre. Ainsi, *a contrario* de très nombreux autres types d’articles et/ou genres journalistiques, la vérification s’appuie le plus souvent sur des séquences bien marquées, dans un texte clairement balisé, pour qu’il ne puisse y avoir aucune confusion entre ces deux paroles.

Le Monde présente par exemple des articles de vérification de la parole politique qui, après un court paragraphe de présentation du contexte (un chapô, en termes journalistiques), sont assez régulièrement découpés en deux parties : « *ce qu’il a dit* » et « *pourquoi c’est (plutôt / en partie) vrai / faux / imprécis, plus compliqué, presque*

impossible, ça n'aurait servi à rien, c'est de l'amnésie, etc. »⁴³⁵ Quant à *Libération*, sa rubrique « Désintox » fonctionne également avec un découpage très caractéristique de ses articles. Chacun d'entre eux commence par un court paragraphe « intox » qui reprend les propos du politique concerné, avec parfois un peu d'éléments contextuels ; puis il se poursuit par un plus long développement nommé, lui, « désintox », destiné à rétablir la vérité des faits par rapport à la formule précédente.⁴³⁶

Cette organisation est quasiment identique dans les chroniques de vérification en radio et même à la télévision. Le point de départ reste le rappel de l'assertion, précédé ou suivi du verdict, avant que ne viennent les explications détaillées. Autrement dit, ces chroniques radio et sujets télévisés commencent elles aussi par le « verdict » final, à la faveur d'une structure argumentative inversée, destinée à valider la conclusion livrée d'emblée (« Pourquoi c'est vrai... », à l'écrit, « Hé bien, c'est faux. En effet... », à l'oral).

Sur *Europe 1*, « Le Vrai-Faux de l'Info » suit ce découpage du temps d'antenne (et de ses articles web). Il démarre ainsi par quelques mots d'explication du contexte dans lequel a été prononcée la phrase vérifiée, puis la citation elle-même est diffusée, avant que ne s'instaure immédiatement un dialogue entre le présentateur de la matinale et le journaliste en charge de la chronique. Une première question, immédiatement après la diffusion de l'assertion, demande si la phrase est vraie ou fautive ; les questions suivantes sont là pour relancer l'attention de l'auditeur et obliger le chroniqueur à préciser ou expliciter ses propos, dissiper les doutes, « *se faire parfois, un peu, l'avocat du diable* »⁴³⁷, selon Jean-Philippe Balasse qui, de

⁴³⁵ Voir sur ce point les articles suivants :

LAURENT Samuel, « Non, le PS français n'a pas infléchi la position de la BCE », *Le Monde*, 5 septembre 2014. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/09/05/non-la-gauche-francaise-n-a-pas-inflechi-la-position-de-la-bce_4482771_4355770.html (page consultée le 27 juillet 2017).

LAURENT Samuel, DAGORN Gary, POMMIERS Eléa, « Les approximations et les intox de François Fillon à L'Émission politique », *Le Monde*, 24 mars 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/03/24/les-approximations-et-les-intox-de-francois-fillon_5099890_4355770.html (page consultée le 27 juillet 2017).

⁴³⁶ Voir sur ce point les articles suivants :

MATHIOT Cédric, « Sapin, ou l'intox en boucle sur les heures sup », *Libération*, 2 septembre 2014. Disponible sur : http://www.liberation.fr/france/2014/09/02/sapin-ou-l-intox-en-boucle-sur-les-heures-sup_1091515 (page consultée le 27 juillet 2017).

MATHIOT Cédric, « Macron, le RSI et le compte pénibilité : la grosse caricature de Fillon et Hamon », *Libération*, 31 mars 2017. Disponible sur : http://www.liberation.fr/politiques/2017/03/31/macron-le-rsi-et-le-compte-penibilite-la-grosse-caricature-de-fillon-et-hamon_1559710 (page consultée le 27 juillet 2017).

⁴³⁷ Entretien réalisé le 31 juillet 2015.

toute façon, écrivait lui-même les relances qui étaient dites par Thomas Sotto à l'antenne. Ce sera d'ailleurs le même mode de travail qui sera adopté par Géraldine Woessner lorsqu'elle remplacera Jean-Philippe Balasse à la rentrée 2016.

Sur *France Info*, « Le Vrai du Faux » fonctionne lui aussi sur le même mode de dialogue entre Antoine Krempf et la présentatrice de la tranche matinale d'information Fabienne Sintès, après le rappel de la citation et la conclusion donnée en début d'intervention pour dire si la phrase vérifiée est vraie ou fausse. La question qui est alors posée est toujours binaire, tout comme avec les journalistes d'*Europe 1*. Dès la fin de la diffusion du « son » de la personnalité dont les propos sont vérifiés, elle est posée ainsi : « Antoine, est-ce que c'est vrai ou est-ce que c'est faux ? » Sur *Europe 1*, elle est plus souvent agrémentée d'une reformulation : « Untel assure donc que... Vrai ou faux ? » L'aspect binaire de cette question, très fermée, oblige le chroniqueur à se positionner le plus clairement possible d'emblée, mais l'oblige aussi, souvent, à quelques contorsions oratoires pour nuancer son « verdict ». L'autre particularité de ces chroniques tient également à l'oralité de ce travail puisqu'elle consiste, notamment sur *France Info*, à reformuler le thème et le verdict justement, en fin de chronique : « Pour résumer, Untel se trompe quand il dit que... »⁴³⁸

Au-delà de leur structure, les articles et chroniques font état de contenus très caractéristiques de la démarche de fact-checking. La citation vérifiée, par exemple, est presque systématiquement rappelée *in extenso* et rendue visible et reconnaissable immédiatement, via une typographie ou une mise en page particulière (italique, guillemets, corps de texte supérieur...) et via un mode citationnel explicite (propos rapportés au style direct), pour ce qui est des formats écrits. Le même procédé vaut pour les formats radio, pour lesquels les chroniques se fondent toutes sur des phrases prononcées dans des médias audiovisuels ou lors de meetings, de sorte qu'elles sont rediffusables (au moins au format audio) au moment de leur vérification. Là encore, le mode citationnel direct retenu permet d'attester des propos tenus par le responsable politique dont on vérifie les propos : la rediffusion fonctionne comme une preuve

⁴³⁸ Toutes ces particularités se retrouvent ici : KREMPF Antoine, « Benoît Apparu a-t-il dit vrai sur le chômage et le Front national ? », *France Info*, 8 septembre 2014. Disponible sur : http://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux/benoist-apparu-dit-il-vrai-sur-le-chomage-et-le-vote-front-national_1765995.html (page consultée le 27 juillet 2017).

ostensible et incontestable, authentique aussi, des propos vrais ou faux tenus par la personnalité. Personne, dès lors, ne peut nier ni la réalité ni l'authenticité des dires vérifiés. D'ailleurs, le fact-checking des médias de presse écrite et web n'hésite pas lui aussi à inclure les vidéos ou sons des propos vérifiés. L'idée est aussi, implicitement et plus globalement, de bien différencier d'un côté la parole du politique et de l'autre le travail de vérification et d'éventuelle contradiction du journaliste.

The screenshot shows a Franceinfo article with the following elements:

- Header:** franceinfo logo, navigation links for vidéos, radio, jt, magazines, DIRECT TV, and DIRECT RADIO.
- Section Header:** "le vrai du fake" with a photo of Marie Colmant and Antoine Krempf.
- Flash Info:** "Voiture de police incendiée à Paris : des peines allant d'un an à sept ans de prison ferme pour huit des neuf prévenus".
- Main Title:** "Le vrai du faux. '25 à 28% de magistrats syndiqués au Syndicat de la magistrature. Il n'y a qu'en France que cela existe'".
- Text:** "Wallerand de Saint-Just, trésorier du Front National et président du groupe FN au Conseil régional d'Ile de France, affirme qu'un quart des magistrats sont syndiqués au Syndicat de la Magistrature et prennent des positions politiques. C'est faux."
- Media:** A video player showing Wallerand de Saint-Just speaking, with a red "faux" label overlaid.
- Share Buttons:** Facebook, Twitter, G+, and Email.
- Newsletter:** "LA NEWSLETTER ACTU" with a sign-up form.
- Right Sidebar:** "S'ABONNER" section with "Podcast via iTunes" and "Podcast via RSS" buttons.
- Related Content:** "RECIT. 'Chaque fois que je la voyais, elle avait l'air malheureuse': le calvaire de Sophie, jeune fille au pair tuée à Londres" and "Affaire Maëlys : comment les parents d'enfants disparus 'apprennent à vivre avec' une enquête qui s'éternise".
- Bottom:** "Faux sur les chiffres" tag.

Capture 15. « 25 à 28% de magistrats syndiqués au Syndicat de la magistrature. Il n'y a qu'en France que cela existe. » (page consultée le 10 octobre 2017).

LES DÉCODEURS

VENONS-EN AUX FAITS

LES DÉCODEURS
Datavisualisation
Vérification
Nanographix
Contexte
Évasion fiscale
Le blog du Décodeur

François Mitterrand mis en examen, les raccourcis de Gérard Longuet

Le sénateur de la Meuse a défendu François Fillon en affirmant que l'ancien président de la République avait lui aussi été plusieurs fois candidat malgré « une mise en examen ». Vérification.

LE MONDE | 15.03.2017 à 17h09 • Mis à jour le 15.03.2017 à 17h36 |
Par Eléa Pommiers

Abonnez vous à partir de 1 € Reagir Ajouter Partager (1 147) Tweeter



Le président François Mitterrand, en 1985, rue de Solferino, à Paris. ERIC FEFERBERG / AFP

François Mitterrand a été candidat à trois reprises à la présidence de la République malgré une mise en examen pour « outrages à magistrat ». C'est l'argument qu'a choisi Gérard Longuet, sénateur de la Meuse proche de François Fillon, pour relativiser, mardi 14 mars, la situation du candidat Les Républicains à l'élection présidentielle. Il s'agit toutefois d'un petit raccourci. Explications.

Ce qu'a dit Gérard Longuet

Après la mise en examen de François Fillon pour « détournement de fonds publics », « complicité et recel de détournement de fonds publics », « complicité et recel d'abus de biens sociaux » et « manquement aux obligations déclaratives », ses soutiens se sont attachés à minimiser l'importance de l'événement.

Le sénateur Gérard Longuet a ainsi affirmé, mardi 14 mars, sur BFMTV, que « ce n'est pas la première fois qu'un candidat mis en examen se présente à la présidentielle » :

« François Mitterrand était mis en examen en 1965, 1974, il l'est d'ailleurs toujours en 1981 quand il est élu président. Il est mis en examen pour "outrages à magistrat" dans l'affaire de l'Observatoire. Et cela ne l'a pas empêché ni d'être candidat ni d'être élu. »

Les décodeurs, mode d'emploi

Les décodeurs du Monde.fr vérifient déclarations, assertions et rumeurs en tous genres : ils mettent l'information en forme et la remettent dans son contexte; ils répondent à vos questions.

LA CHARTE [Lire la charte >](#)

L'ÉQUIPE [Découvrir l'équipe >](#)



Syrie : jour par jour, les combats pour la reprise de Rakka en cartes [>](#)

VOS QUESTIONS NOS RÉPONSES

LES DÉCODEURS

Posez vos questions aux Décodeurs [>](#)



Martine
Agente d'assurances
Licenciée abusivement

Comprendre la réforme du code du travail en patates [>](#)



Capture 16. « François Mitterrand mis en examen, les raccourcis de Gérard Longuet » (page consultée le 10 octobre 2017).

Des citations en exergue

Dans ces deux exemples d'articles issus du *Monde* et de *France Info*, les propos qui mobilisent l'attention des fact-checkeurs sont présentés d'emblée et *in extenso*, afin de crédibiliser la démarche de vérification : ils ont bel et bien été prononcés par les personnalités en question. Outre le chapô des articles, le premier paragraphe revient sur ces propos, avec un intertitre « *Ce qu'a dit Gérard Longuet* » dans *Le Monde* et avec des guillemets et un paragraphe nettement détaché du reste de l'article pour *France Info*, qui présente par ailleurs la possibilité de réécouter la chronique, dans laquelle la bande son du propos tenu est diffusée. Ainsi le lecteur de ces articles peut être assuré qu'il n'y a aucune ambiguïté sur le fait que les propos ont bien été tenus.

De plus, les journalistes n'hésitent pas, dans le même état d'esprit, à citer et publier les tweets qui traduisent eux aussi l'authenticité de la prise de parole des personnes fact-checkées. De même, ils complètent assez souvent l'illustration de l'image principale – généralement le visage de la personnalité dont on vérifie les propos – avec d'autres photos, mais aussi des cartes et des copies d'écran. En presse écrite et web, jusqu'à 50% des articles sont ainsi illustrés et complétés. Toutefois, les graphiques et tableaux constituent davantage un atout pour les chroniques de radio (jusqu'à 50% de leurs mises en ligne y font appel) et surtout les sujets de télévision semble-t-il (entre 50 et 100% des versions télévisées de « L'Œil du 20 Heures » y recourent), dans la mesure où ces derniers restent très complexes à scénariser et à monter lorsqu'ils traitent de thèmes abstraits. Cette fois, outre la question de l'illustration on pourrait penser qu'il s'agit là d'une priorité pour des professionnels qui s'attachent à démontrer leur sérieux, tout particulièrement dans le maniement de données chiffrées. Mais, que ce soit par manque de temps ou manque de moyens (humains) pour leur fabrication, ces outils ne sont peut-être pas aussi sollicités que l'on pourrait l'imaginer ou le souhaiter, alors qu'ils sont en mesure d'afficher une certaine expertise ou, en tout cas, une certaine capacité à aller chercher de l'information au sein de données pas toujours accessibles à tous de prime abord. Quoi qu'il en soit, les développements didactiques (« pourquoi c'est faux/vrai ») de ces articles et chroniques restent fortement structurés autour de la nécessité de fournir aux lecteurs et auditeurs des preuves incontestables. Leur caractère didactique lui-

même (justement) et leur crédibilité en dépendent. C'est pourquoi on trouve dans ce type d'articles, que ce soit sous la forme de tableaux et graphiques (nous l'avons dit) ou dans le corps du texte plus simplement, de nombreuses références et citations de sources expertes, qu'il s'agisse de statistiques d'instituts spécialisés ou de rapports et autres textes officiels dans lesquels figurent des données permettant de confirmer ou d'infirmer les propos fact-checkés.

Plusieurs méthodes permettent d'ailleurs d'intégrer ces abondantes sources expertes aux développements concernés. À commencer par des propos d'experts rapportés au style direct, pour attester des arguments développés et des données utilisées dans l'article. Mais, là encore, il n'est pas réellement possible de conclure, au vu de nos observations, qu'il s'agisse d'un trait caractéristique d'une majorité d'articles de fact-checking. Ainsi, pour *Libération*, *Le Monde* ou *Les Échos*, ce cas de figure concerne entre 7 et 20% des productions, quand, pour la télévision ou la radio, ce cas de figure dépasse les 40% (43% pour *France Info* en septembre 2014⁴³⁹, 62% pour *France 2* en novembre 2015). Il est même bien plus élevé encore si l'on ajoute aux paroles d'experts cités avec des guillemets ou dont la parole est diffusée en son et/ou en images, celle de ceux qui sont simplement mentionnés en tant que sources dans les chroniques. Cette fois, des experts sont évoqués dans 52% des chroniques d'*Europe 1* (qui, pour le reste, ne cite jamais aucun expert via un son diffusé en cours de chronique, ni même ne cite entre guillemets à l'écrit) et *France Info*. Tout cela, malgré de réelles disparités, atteste du fait que la parole experte est bel et bien déterminante pour le travail de vérification des fact-checkeurs.

Puis, outre ces propos de spécialistes cités plus ou moins directement, l'expertise extérieure est également présente à travers de très nombreux liens hypertextes, qui permettent non seulement au journaliste de justifier du sérieux de sa démarche et de la transparence de ses sources, mais aussi d'offrir aux lecteurs (par définition ces liens ne concernent que les versions web des productions de presse écrite, radio et télévision) la possibilité de se faire leur propre idée et de réaliser leur propre

⁴³⁹ Sur ce point, voir l'exemple suivant :

KREMPF Antoine, « Marine Le Pen dit-elle vrai sur les chantiers navals de Saint-Nazaire ? », *France Info*, 4 septembre 2014. Disponible sur : http://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux/marine-le-pen-dit-elle-vrai-sur-les-chantiers-navals-de-saint-nazaire_1765857.html (page consultée le 27 juillet 2017).

démarche de vérification face aux propos des politiques et des autres personnalités fact-checkées.

Ainsi, ce sont entre 85 et 100% des articles des « Décodeurs », entre 50 et 70% de ceux de « Désintox » et 92% de ceux des *Échos* qui comportent de l'hypertextualité pour ce qui est de la presse écrite et web. En radio, les versions en ligne du « Vrai du Faux » font appel à ces liens dans plus de 85% des cas ; celles de *RTL* le font pour 70% des cas ; moins de 40% pour *France 2* ; et, enfin, *Europe 1* se distingue en n'utilisant aucun lien dans la version écrite de ses chroniques de mars 2017, le seul mois où celles-ci sont accompagnées d'un texte en ligne. Cela nous fait dire que c'est davantage, peut-être, la culture et l'habitude de l'écriture web qui commande cette disparité du recours aux liens hypertextes dans les versions écrites des productions de fact-checking, plutôt que la volonté de mentionner ou non ce recours à des sources expertes extérieures.

D'ailleurs, plus qu'une question de moyens – puisque *France Info* montre plus d'application qu'*Europe 1* pour accompagner la mise en ligne de ses chroniques par du texte, alors que son journaliste travaille seul, contre trois personnes pour la station de radio privée – il s'agit probablement d'une question de nécessité et de stratégie de diffusion. En effet, les « Désintox » et « Décodeurs » n'ont pas d'autres modes de diffusion, eux, et utilisent, avec le web et l'écrit, un outil unique de consultation par le public, tandis que les radios et télévisions résument parfois leur travail de mise en ligne à la réécoute des chroniques, simplement répertoriées en ligne sans souci d'offrir, en complément, une possibilité de lecture sur le web.

(suite page 325)

franceinfo: vidéos radio jt magazines DIRECT TV DIRECT RADIO

le vrai du fake Marie Colmant et Antoine Krempf du lundi au vendredi

replay radio / Le vrai du fake

"Un réfugié politique touche 700 euros par mois" ?

Pierre Lellouche, député Les Républicains de Paris, affirme donc qu'un "réfugié politique a le droit à 700 euros par mois et une priorité sur le logement". C'est faux.

Antoine Krempf Radio France
Mis à jour le 03/11/2015 | 07:48
publié le 03/11/2015 | 07:22

49 PARTAGES

Partager Partager Partager Envoyer

LA NEWSLETTER ACTU
Nous la préparons pour vous chaque matin



(Pierre Lellouche dit-il vrai sur les aides aux demandeurs d'asile ? @Maxppp)

Pierre Lellouche mélange beaucoup de choses en une seule phrase...

D'abord, le terme de "réfugié politique" renvoie à une réalité bien précise, définie par la Convention de Genève. Ce n'est ni le nombre total de migrants qui arrivent en France, ni celui des demandeurs d'asile mais uniquement ceux qui ont obtenu le statut de réfugié : 11.000 personnes l'an dernier en France (14.500 en comptant le statut de la protection subsidiaire).

S'ABONNER
Podcast via iTunes
Podcast via RSS

RECIT. "Chaque fois que je la voyais, elle avait l'air malheureuse" : le calvaire de Sophie, jeune fille au pair tuée à Londres

Affaire Maëlys : comment les parents d'enfants disparus "apprennent à vivre avec" une enquête qui s'éternise

Priorité au logement ? Non. éliminés ?

Contrairement à ce qu'on l'en entend souvent, les demandeurs d'asile n'ont pas accès au logement social en France. Ils sont obligatoirement orientés vers des structures spécifiques, les Centres d'accueil pour demandeurs d'asile (CADA).

Ils y sont donc hébergés... lorsqu'il y a de la place. Car la France a une capacité d'accueil très limitée : un parc de 25.000 places avec de nombreux engorgements, en région parisienne notamment.

S'ils ne peuvent pas être pris en charge dans les CADA, les demandeurs d'asile sont alors orientés vers des dispositifs d'urgence, type 115, vers des hôtels ou chez des proches. D'après un rapport de la Cour des comptes, "moins d'un tiers des demandeurs d'asile est hébergé dans les structures d'accueil spécifiques".

Sources

[L'accueil et l'hébergement des demandeurs d'asile](#), Cour des comptes octobre 2015

[Les demandes d'asile en 2014](#), Ministère de l'Intérieur

[Barème de l'allocation pour demandeur d'asile](#), Code de l'entrée et du séjour des étrangers et du droit d'asile

[Guide du demandeur d'asile](#), Ministère de l'Intérieur, octobre 2015

Capture 17. « Un réfugié politique touche 700 euros par mois ? » (page consultée le 10 octobre 2017).

franceinfo: france.tv radiofrance Confidentialité Newsletters

L'ŒIL DU 20 HEURES

Un autre regard sur l'actualité

par L'équipe de l'Œil du 20 heures

Le débat: petites intox, grandes exagérations



Publié le 21 mars 2017 / 0 commentaire

Partager 28 Tweeter Partager



Hier 5 candidats à la présidentielle, Marine Le Pen, François Fillon, Jean-Luc Mélenchon, Benoit Hamon et Emmanuel Macron ont abattu leurs arguments un à un lors d'un débat télévisuel. Et ils n'ont pas toujours dit vrai! L'œil du 20h a vérifié le dessous des cartes!

A mi-débat, Marine Le Pen affirme qu'il y a « une situation d'explosion d'insécurité ». Explosion? Pas vraiment! D'après les chiffres du ministère de l'intérieur, sur 4 ans, les chiffres des cambriolages sont stables, les vols avec armes chutent. En revanche, les homicides eux augmentent. Contactée, l'équipe de Marine Le Pen affirme avoir surtout

A propos

Coulisses politiques, décryptages de coups de communication, fact-checking, l'équipe de l'Œil du 20 heures pose un regard décalé sur ce qui fait l'actualité. Enquêtes et reportages à retrouver du lundi au jeudi dans le 20 heures et tous les jours sur ce blog.

Rechercher ...

Articles récents

Industrie du tabac : les cadeaux aux parlementaires

Les parlementaires obligés de licencier leurs proches ... mais certains jouent les prolongations !

Invitations, repas VIP, voyages... Quand les comités d'entreprise se font arroser de "cadeaux d'affaires"

Réduire le chômage de 10% : où en est la promesse de Bob Emploi ?

ISF, les petits cadeaux aux plus riches ?

Commentaires récents

blablabla dans **Industrie du tabac : les cadeaux aux parlementaires**

katamor dans **Industrie du tabac : les cadeaux aux parlementaires**

blablabla dans **Industrie du tabac : les cadeaux aux parlementaires**

TILUC dans **Les parlementaires obligés de licencier leurs proches ... mais certains jouent les prolongations !**

Villeroy D'abranse dans **Les parlementaires obligés de licencier leurs proches ... mais certains jouent les prolongations !**

Capture 18. « Le débat : petites intox, grandes exagérations » (page consultée le 10 octobre 2017).

LES DÉCODEURS

VENONS-EN AUX FAITS

LES DÉCODEURS
Datavisualisation
Vérification
Nanographix
Contexte
Evasion fiscale
Le blog du Décodeur

Hamon, Macron : comment donner l'impression d'une affaire avec quelques titres trompeurs

Le candidat du PS comme celui d'En Marche ! ont été confrontés à une méthode de désinformation éprouvée, fondée sur des titres trompeurs et des relais complaisants.

LE MONDE | 08.03.2017 à 15h23 • Mis à jour le 08.03.2017 à 16h53 | Par Samuel Laurent

Abonnez vous à partir de 1 € | Réagir | Ajouter | Partager (4 842) | Tweeter

« *Macron : le parquet financier saisi* » ; « *Benoît Hamon mis en examen* ». Voici deux titres que vous pouvez aisément trouver sur le Web ou sur les réseaux sociaux ces derniers jours. Généralement accompagnés d'une diatribe sur le silence des médias, forcément « *complices* ».

Hamon : une mise en examen dans une affaire relativement anecdotique

C'est ainsi que Louis Aliot, vice-président du Front national, se scandalisait, le matin du 7 mars, de ce « *silence média* » autour du candidat socialiste :



Louis Aliot
@louis_aliot



Boum : Benoît Hamon vient d'être mis en examen (évidemment, silence média)

Boum : Benoît Hamon vient d'être mis en examen (évidem...

Le 29 novembre 2015, Benoît Hamon insultait un de ses concitoyens. Il vient d'être mis en examen pour injure envers un particulier. Vous avez bien lu. Le candidat à l'élection président...
dreuz.info

RETWEETS 531
J'AI ME 281

07.45 · 6 mars 2017

48
531
281

Un tweet très repris et relayé, de même que nombre d'articles expliquant peu ou prou la même chose. Mais aucun ne prend la peine de préciser de quoi on parle. Car oui, il est exact que M. Hamon soit mis en examen. Mais de manière automatique, et pour des faits à l'importance relative.

L'histoire n'a pas été tue par la presse, puisque c'est [le journal régional Le Réveil normand](#) qui l'a révélée, voici une semaine. Passée inaperçue quelques jours, elle a ensuite été repérée par plusieurs sites de la « *fachosphère* », ce réseau de blogs et vrais-faux sites d'information de militants

Les décodeurs, mode d'emploi

Les décodeurs du Monde.fr vérifient déclarations, assertions et rumeurs en tous genres ; ils mettent l'information en forme et la remettent dans son contexte; ils répondent à vos questions.

LA CHARTE Lire la charte >

L'ÉQUIPE Découvrir l'équipe >



L'anglais professionnel

Exprimer ses idées, développer sa compréhension écrite et orale en anglais.

PUBLIOTTÉ



Syrie : jour par jour, les combats pour la reprise de Rakka en cartes

VOS QUESTIONS NOS RÉPONSES

LES DÉCODEURS

Posez vos questions aux Décodeurs

Capture 19. « Hamon, Macron : comment donner l'impression d'une affaire avec quelques titres trompeurs » (page consultée le 10 octobre 2017).

Une expertise à multiples facettes

Dans ces trois exemples d'articles issus de *France Info*, de *France 2* et du *Monde*, les journalistes fact-checkeurs ont recours à plusieurs procédés leur permettant de crédibiliser le contenu de leur travail de vérification. L'article de *France Info* sur Pierre Lelouche comporte à la fois de nombreux liens hypertextes vers des sources externes et un encadré spécifique, en fin d'article, qui rassemble les noms et liens vers les principaux documents de référence utilisés dans l'article. Celui de *France 2* fait apparaître, en couleur dans le corps du texte, des liens hypertextes renvoyant là encore aux différentes sources citées et utilisées. Enfin, l'article des « Décodeurs » du *Monde* fait appel à des illustrations destinées à apporter une preuve des rumeurs ou intox auxquelles s'attaque la démonstration. En l'occurrence, un tweet est utilisé pour montrer que Louis Aliot a bien contribué à véhiculer une fausse rumeur à propos de Benoît Hamon. Dans tout les cas, il s'agit de fournir le maximum de preuve concrète, dans les productions de fact-checking, des arguments avancés et des contre-vérités que l'on cherche à contrer.

La question des liens hypertextes, qui permet d'aiguiller les lecteurs vers les sources utilisées par le journaliste pour lui permettre, le cas échéant, de refaire l'enquête par lui-même, n'a rien d'anecdotique en matière de fact-checking. En effet, cela fait notamment partie des règles édictées par l'International Fact-Checking Network (IFCN), le réseau mondial des médias fact-checkeurs, créé et basé à l'Institut Poynter, en Floride. Ces règles, qui sont rassemblées depuis le 15 septembre 2016 dans un code de principes, ont été depuis adoptées par *Le Monde*, *Libération* et *France Info* et stipulent notamment :

« *Un engagement en faveur de la transparence des sources. Nous voulons que nos lecteurs puissent vérifier nos résultats par eux-mêmes. Nous fournissons toutes les sources avec suffisamment de détails pour que les lecteurs puissent reproduire notre travail, sauf dans les cas où la sécurité*

*personnelle d'une source pourrait être compromise. Dans de tels cas, nous fournissons autant de détails que possible. »*⁴⁴⁰

Nous avons noté par ailleurs que certains médias fact-checkeurs ont expérimenté différentes manières de présenter ces liens et de mettre en avant, pour les lecteurs, les sources majeures utilisées au fil de leurs enquêtes. Les liens en question n'étaient alors pas uniquement fournis au fil du texte, mais également en fin d'article, avec un dernier paragraphe récapitulatif des principales sources utilisées⁴⁴¹. Tout cela concourt évidemment à tenter de renforcer la crédibilité de la démarche des journalistes fact-checkeurs, afin qu'ils apparaissent le moins possible de parti pris et comme ayant réalisé un travail substantiel (voire exhaustif) d'analyse des données à leur disposition.

L'ensemble des caractéristiques mentionnées ci-dessus, à propos des productions de fact-checking, ne doit toutefois pas dissimuler de véritables spécificités en termes d'écriture à proprement parler. Nous ne sommes pas allés jusqu'à mesurer avec précision des occurrences et récurrences de termes dans l'ensemble des contenus des rubriques de fact-checking des médias français, faute de disposer de l'accès aux outils logiciels *ad hoc* et de leur maîtrise. Toutefois, nous avons pu étudier spécifiquement les contenus de notre échantillon, par exemple du point de vue, riche d'enseignements, de la titraille. Nous avons ainsi retenu quatre catégories de titres et accroches, représentatifs de la grande majorité des cas de figure rencontrés : les titres sous forme de démenti (ou de confirmation) sous la forme « Oui, Untel a bien fait ceci lorsqu'il était au pouvoir, comme l'affirme tel autre » ou « Non, Untel n'a jamais promulgué telle loi en telle année » ; les titres plus informatifs, factuels, neutres, ou nuancés ensuite ; les titres sous forme de question éventuellement suivie d'une

⁴⁴⁰ « A commitment to transparency of sources. We want our readers to be able to verify our findings themselves. We provide all sources in enough detail that readers can replicate our work, except in cases where a source's personal security could be compromised. In such cases, we provide as much detail as possible. »
IFCN, « International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles », *International fact-checking network*, 15 septembre 2016. Disponible sur : <http://www.poynter.org/fact-checkers-code-of-principles/> (page consultée le 28 juillet 2017).

⁴⁴¹ Cette méthode de présentation des sources est visible ici :
KREMPF Antoine, « La France est-elle le seul pays à punir les excès de vitesse sous les 10 km/h ? », *France Info*, 10 septembre 2014. Disponible sur : http://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux/la-france-est-elle-le-seul-pays-a-punir-les-exces-de-vitesse-sous-les-10-km-h_1766065.html (page consultée le 28 juillet 2017).

réponse ; et enfin les titres plus incitatifs, qui privilégie le jeu de mot, le bon mot, parfois grinçant ou ironique.

Cette répartition nous est apparue pertinente car elle permet de percevoir au-delà de l'exercice du fact-checking lui-même d'éventuelles stratégies éditoriales en lien avec les choix faits plus globalement par les rédactions. Il n'est ainsi pas très étonnant que « Les Décodeurs » adoptent principalement des titres informatifs, relativement nuancés (50%), mais il est plus surprenant de constater qu'ils s'autorisent tout de même, dans 30% des cas, des titres incitatifs, ce qui n'est guère l'habitude du *Monde* dans les autres productions, y compris sur le web. Mais, globalement, ce qui est perceptible à travers la répartition en quatre catégories de ces titres d'articles de fact-checking, c'est qu'ils sont majoritairement (pour près des deux tiers globalement et pour 100% des productions des *Échos*, de *France Info*, d'*Europe 1*) exempts de tout jugement, que ce soit à travers une affirmation strictement informative, une question ou question/réponse. Cela peut somme toute paraître logique pour un exercice destiné à rétablir une vérité, souvent en apportant la contradiction à une personnalité politique. Un tel exercice réclame en effet beaucoup de sérieux dans la démarche d'investigation et de vérification, puis, également dans la restitution à destination du lecteur, de l'auditeur ou du téléspectateur. D'autant que l'un des objectifs du fact-checking est tout de même de convaincre ces personnes que le premier discours qu'ils ont entendu et ont en tête est faux et qu'ils doivent cesser d'y croire au profit d'un autre, fondé, lui, sur des faits vérifiés. Une telle démarche ne souffre bien entendu pas d'approximations ni, *a priori*, d'une quelconque forme de dérision si elle veut conserver toute la pertinence de sa factualité, en particulier à l'attention des partisans de la personnalité politique contredite.

Pourtant, d'autres types de titres sont aussi utilisés, pas toujours en quantité négligeable, par les médias fact-checkeurs de la presse écrite / web. Nous parlons ici du démenti (20% des titres pour *Libération* et *Le Monde*), qui comporte parfois une adresse au politique auteur de la citation vérifiée, comme pour l'interpeller et lui indiquer que les journalistes le corrigent, qu'il se trompe. « *Non, le déficit*

« n'explose » pas, il dérape en 2014 »⁴⁴², titre par exemple *Le Monde* pour contredire d'une manière assez nuancée tout de même, le propos du sénateur Roger Karoutchi. Ce média, tout comme *Libération*, utilise d'ailleurs beaucoup le titre-démenti pour contrer les rumeurs : « Non, l'argent liquide ne va pas « disparaître en 2018 » »⁴⁴³. Mais *Libération* va plus loin dans l'usage du titre-démenti et est quasiment le seul à l'utiliser régulièrement pour interpeler très directement les politiques ainsi : « Non, Florian Philippot, la Russie ne bombarde pas que des islamistes en Syrie »⁴⁴⁴, ou « Non, Denis Baupin, le parquet n'a pas prouvé votre innocence »⁴⁴⁵. Cet usage du titre-démenti le rapproche ainsi de celui du titre incitatif à connotation ironique : les journalistes s'autorisent une contradiction, frontale et qui se veut sans appel, de la personnalité fact-checkée, un peu à la manière du maître qui reprend l'élève.

Cette tendance à sembler vouloir donner des leçons à la classe politique atteint probablement son paroxysme avec les titres incitatifs, très souvent teintés d'ironie et d'esprit critique, qu'utilisent très régulièrement *Libération* (presque un titre sur deux) et, dans une bien moindre mesure, parfois, *Le Monde* (30%), voire *RTL* (23%) ou même *France 2* (32%). Par exemple, « Les arguments périmés de la gauche parisienne contre Valérie Pécresse »⁴⁴⁶, qui, par l'emploi du terme « périmés », veut anéantir le discours en question en le tournant en ridicule ; « Chômage : quand François Hollande joue avec les chiffres pour embellir son bilan »⁴⁴⁷, destiné à montrer que le président de la République trafique les données pourtant publiques du

⁴⁴² LAURENT Samuel, « Non, le déficit « n'explose » pas, il dérape en 2014 », *Le Monde*, 19 septembre 2014. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/09/10/non-le-deficit-n-explose-pas-il-derape-en-2014_4485177_4355770.html (page consultée le 28 juillet 2017).

⁴⁴³ SÉNÉCAT Adrien, « Non, l'argent liquide ne va pas « disparaître en 2018 » », *Le Monde*, 20 mars 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/03/20/non-l-argent-liquide-ne-va-pas-disparaitre-en-2018_5097798_4355770.html (page consultée le 28 juillet 2017).

⁴⁴⁴ MATHIEU Luc, BOSQUET Sarah, « Non, Florian Philippot, la Russie ne bombarde pas que des islamistes en Syrie », *Libération*, 2015. Disponible sur : http://www.liberation.fr/desintox/2015/11/27/non-florian-philippot-la-russie-ne-bombarde-pas-que-des-islamistes-en-syrie_1416357 (page consultée le 28 juillet 2017).

⁴⁴⁵ MOULLOT Pauline, « Non, Denis Baupin, le parquet n'a pas prouvé votre innocence », *Libération*, 2017. Disponible sur : http://www.liberation.fr/desintox/2017/03/06/non-denis-baupin-le-parquet-n-a-pas-prouve-votre-innocence_1553623 (page consultée le 28 juillet 2017).

⁴⁴⁶ LAURENT Samuel, « Les arguments périmés de la gauche parisienne contre Valérie Pécresse », *Le Monde*, 2015. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/11/09/les-arguments-perimes-de-la-gauche-parisienne-contre-valerie-pecresse_4805936_4355770.html (page consultée le 28 juillet 2017).

⁴⁴⁷ CINI Cyprien, FARGE Loïc, « Chômage : quand François Hollande joue avec les chiffres pour embellir son bilan », *RTL* 2017. Disponible sur : <http://www.rtl.fr/actu/societe-faits-divers/chomage-quand-francois-hollande-joue-avec-les-chiffres-pour-embellir-son-bilan-7783274981> (page consultée le 28 juillet 2017).

chômage ; « *Hollande chez l'habitant, histoire d'une mise en scène* »⁴⁴⁸, pour décrédibiliser la visite du président de la République chez une habitante de Vandoeuvre-lès-Nancy ; etc.

Mais c'est donc *Libération* qui fait l'usage le plus fréquent de ce type de titres. Nous pouvons citer, par exemple : « *Au Medef, l'intox ne connaît pas de jour férié* »⁴⁴⁹, pour dénoncer les approximations de Pierre Gattaz sur la durée du temps de travail ; « *Comment Sarkozy truande les chiffres de la délinquance* »⁴⁵⁰, pour corriger l'usage erroné que fait le président de LR des chiffres de l'Observatoire national de la délinquance ; « *Taubira en lice pour la palme d'or du bidonnage statistique* »⁴⁵¹, au sujet des faux chiffres des évasions de prison livrés par la Garde des Sceaux ; « *Maud Fontenoy se (re)fait un shoot de gaz de schiste* »⁴⁵², pour insister sur le mésusage de chiffres sur le gaz de schiste fait par la référente écologie de LR ; « *Pic de pollution : Marine Le Pen prend le parti du fake* »⁴⁵³, pour dénoncer l'utilisation de « faits alternatifs » par la présidente du FN, en dépit des travaux journalistiques produits sur cette question ; etc.

À travers ces différents titres, on perçoit clairement la volonté de tourner en ridicule les propos et postures politiques des responsables fact-checkés. L'intox sans jour férié, truander des chiffres de délinquance, la palme d'or du bidonnage, le shoot de gaz de schiste ou le parti du *fake* sont autant de bons mots et de jeux de mots mis au service de la décrédibilisation des propos mensongers ou erronés diffusés par les

⁴⁴⁸ L'ŒIL DU 20 HEURES, « Hollande chez l'habitant, histoire d'une mise en scène », *France 2*, 2015. Disponible sur : <http://blog.francetvinfo.fr/oeil-20h/2015/11/02/hollande-chez-lhabitant-histoire-dune-mise-en-scene.html> (page consultée le 28 juillet 2017).

⁴⁴⁹ MATHIOT Cédric, DEBORDE Juliette, « Au Medef, l'intox ne connaît pas de jour férié », *Libération*, 2014. Disponible sur : http://www.liberation.fr/france/2014/09/26/au-medef-l-intox-ne-connaît-pas-de-jour-ferie_1108091 (page consultée le 28 juillet 2017).

⁴⁵⁰ MATHIOT Cédric, « Comment Sarkozy truande les chiffres de la délinquance », *Libération*, 2015. Disponible sur : http://www.liberation.fr/desintox/2015/11/03/comment-sarkozy-truande-les-chiffres-de-la-delinquance_1410883 (page consultée le 28 juillet 2017).

⁴⁵¹ MATHIOT Cédric, « Taubira en lice pour la palme d'or du bidonnage statistique », *Libération*, 2015. Disponible sur : http://www.liberation.fr/desintox/2015/11/10/taubira-en-lice-pour-la-palme-d-or-du-bidonnage-statistique_1412506 (page consultée le 28 juillet 2017).

⁴⁵² GRAFF Valentin, « Maud Fontenoy se (re)fait un shoot de gaz de schiste », *Libération*, 2015. Disponible sur : http://www.liberation.fr/desintox/2015/11/12/maud-fontenoy-se-refait-un-shoot-au-gaz-de-schiste_1412888 (page consultée le 28 juillet 2017).

⁴⁵³ MOULLOT Pauline, « Pic de pollution : Marine Le Pen prend le parti du fake », *Libération*, 2017. Disponible sur : https://oeilsurlefront.liberation.fr/les-intox/2017/03/08/pic-de-pollution-marine-le-pen-prend-le-parti-du-fake_1554229 (page consultée le 28 juillet 2017).

personnalités concernées. En cela, « Désintox » est fidèle à la tradition d'accroche et de captation des titres et du ton employé par *Libération* de longue date. Mais, comme l'a étudié plus avant Alain Rabatel, qui parle d'un « *discours journalistique de style subjectif au service d'un dévoilement objectif des mensonges ou erreurs des politiques* », il n'est pas certain que cette méthode serve si efficacement la cause – la désintoxication – que s'est donnée la rubrique. Celui-ci constate :

*« La critique du discours primaire des titres est retorse, alimentant de façon ambiguë, une conception démagogique des élites, en délicatesse avec la vérité. (...) Le choix d'une critique formulée sur un mode ludique, ou figural, augmente la dimension critique, dans la mesure où elle renforce l'impression de jeu (volontaire) avec la vérité, accréditant l'idée, comme on le verra, que les politiciens sont des menteurs professionnels, par action, par omission ou par manipulation de la vérité... »*⁴⁵⁴

En effet, comme nous l'avons déjà montré, « Désintox » s'éloigne de ce que les Américains appellent le « *he said, she said* », pour lequel la priorité est de relayer ce qui est dit par chacune des parties en présence en laissant le public se faire sa propre idée. Cette attitude de neutralité journalistique, qui semble légitime lorsqu'il s'agit d'exposer (justement) un débat d'idées ou à propos de grandes orientations politiques, ne semble pas pertinente aux journalistes vérificateurs lorsqu'il s'agit de rapporter des propos sur des données factuelles qui sont susceptibles de fonder ce débat d'idées ou ces grandes orientations politiques. Alors les articles et chroniques de fact-checking s'émancipent également de la distinction faits/commentaires. Ils affichent un point de vue sans le cantonner à l'expression d'une opinion personnelle ; comme l'écrit Rabatel, « *ils valorisent la recherche de vérités toujours partielles mais honnêtes et le plus englobantes possibles* »⁴⁵⁵.

Ils proposent donc une réelle prise de position à l'aune des éléments factuels recueillis au cours de leur enquête ; mais s'ils présentent ce résultat de manière aussi critique, peuvent-ils envisager de prêcher d'autres lecteurs que les convaincus ? Cela

⁴⁵⁴ RABATEL Alain, « Les apports de l'analyse des discours médiatiques : de l'interprétation des données à la critique des pratiques discursives et sociales », *Dacoromania*, 18, 2013, p. 39

⁴⁵⁵ RABATEL Alain, « La rubrique « Désintox » de *Libération* : nouvelle rubrique, nouveau genre ou nouvelle pratique journalistique ? », in MONTE Michel et PHILIPPE Gilles (dir.), *Genres & Textes. Déterminations, évolutions, confrontations. Études offertes à Jean-Michel Adam, op. cit.*, p.114

n'est guère certain au regard de la défiance que ce type d'articles suscite chez les partisans ou sympathisants des différents partis. Nous y reviendrons à propos de l'impact des articles de fact-checking, mesuré encore difficilement pas les études, notamment aux États-Unis.

Toujours est-il que la titraille des articles n'est pas seule concernée par ce positionnement, pas plus que *Libération* n'est le seul média à avoir recours à un tel usage de la langue. « Désintox » use ainsi de ce ton décalé dans les chapôts et ensuite, dans une moindre mesure, dans les développements, souvent longs, qui déroulent l'argumentaire des journalistes. Mais l'utilisation de termes particulièrement tranchés, voire radicaux et plutôt rares dans les autres articles traitant de politique concerne également les intitulés de ritualisation comme « intox » et « désintox ». Ils sont justifiés par l'orientation de la rubrique, qui traite uniquement des informations qu'elle peut démentir. Mais, comme l'a observé le linguiste Alain Rabatel :

« La dénomination de la rubrique est en effet orientée négativement. Le corps sain serait-il le peuple ? Quant aux agents toxiques, ce sont les politiques, et les désintoxicateurs, les journalistes. (...) Il est probable que les auteurs de « Désintox » ont l'intention de critiquer des pratiques plutôt que de donner une image négative du monde politique. Mais les intentions sont inaccessibles (ou relèvent éventuellement d'une rationalisation secondaire) : ce qui intéresse le linguiste, c'est ce qui est dit et les effets qu'on peut raisonnablement en retirer. Certes, certains articles reposent sur des stratégies argumentatives complexes opposant, dans le même article, bonnes et mauvaises pratiques des politiques, en sorte que la critique du monde politique est plus nuancée que ce que ces dénominations donnent à penser. Néanmoins, la somme des critiques produit un sens qualitativement différent que chaque critique considérée en elle-même. Le choix de mettre constamment en valeur des approximations de mauvaise foi, non tant d'un article à l'autre (c'est le propre de la rubrique) qu' à l'intérieur de chaque article, depuis le titre, ludique, jusqu'à la chute, théâtralisée, intensifie la charge dénigrante. Les accumulations de procédés critiques, leur dramatisation systématisée,

*peuvent passer de la dénonciation d'un propos à la dénonciation de toute une profession. »*⁴⁵⁶

Le choix des termes utilisés par « Les Décodeurs » tranche également franchement avec celui du service politique du *Monde* notamment. On peut citer des formules comme « *Untel dit ça... Pourquoi ça n'aurait servi à rien* » / « *Untel affirme ça, pourquoi c'est de l'amnésie* » ou encore « *comment il s'est repris...* », etc. Or d'autres médias sont plus prudents dans leurs approches et leurs manières de restituer les informations les plus exactes. Peut-être parce que remettre en cause la parole de responsables politiques en utilisant des formules qui la tournent en dérision et ne serait-ce qu'en les appelant par leur seul nom de famille d'ailleurs, peut s'avérer une technique de démonstration contre-productive, faire perdre de la crédibilité non seulement à la classe politique, mais également du sérieux, de la factualité, au travail de vérification et à ses représentants.

Nous avancerons toutefois que la distanciation que crée le ton employé dans les rubriques de fact-checking politique, à travers la titraille puis à travers les développements assez didactiques qui les suivent, permet aux journalistes de renouer avec ce que Jean-Gustave Padioleau nommait, au milieu des années 1970 l'expertise critique⁴⁵⁷. Cette rhétorique journalistique s'incarne textuellement dans la forme de l'exposé, qui ressemble à celle que prennent généralement les articles très structurés et factuels de fact-checking. Padioleau évoque « *un rappel de données, l'introduction des connaissances tacites ou réflexives et des commentaires des rédacteurs spécialistes* ». Finalement, l'expression de jugements s'y fait sur la base d'une argumentation documentée et d'une compétence de spécialiste. En renouant avec la rhétorique de l'expertise critique, les fact-checkeurs reprennent leur distance avec la rhétorique du cynisme (anecdotes, récit, etc.), théorisée par Schudson notamment⁴⁵⁸. Le fact-checking peut parfois osciller entre ces deux modes de traitement de la politique et l'écriture des textes, chroniques et sujets tend à le démontrer, puisqu'une

⁴⁵⁶ RABATEL Alain, « Les apports de l'analyse des discours médiatiques : de l'interprétation des données à la critique des pratiques discursives et sociales », *Dacoromania, op. cit.*, p. 42

⁴⁵⁷ PADIOLEAU Jean-Gustave, « Systèmes d'interaction et rhétoriques journalistiques », *Sociologie du travail*, vol. 18, n° 3, 1976, p. 256-282.

⁴⁵⁸ Sur ce point, voir l'analyse d'Eugénie Saitta.

SAITTA Eugénie, « Les journalistes politiques et leurs sources. D'une rhétorique de l'expertise critique à une rhétorique du cynisme », *Mots*, 87, 2008, p. 115

part de désacralisation et de dénonciation des postures y côtoie un aspect de sérieux dans l'analyse en profondeur des arguments – même mensongers – qui sont utilisés. Encore une fois, il ne s'agit pas de développer ici plus avant les caractéristiques strictement linguistiques qui sont attachées aux productions des fact-checkeurs, dans la mesure où elles pourraient à elles seules faire l'objet d'une étude complète. Mais nous avons voulu démontrer, avec cette étude de contenus, quelques caractères récurrents de cette écriture, à travers des critères énonciatifs, sémantiques, formels ou linguistiques, des constructions phrastiques et des procédés angulaires communs à plusieurs producteurs de fact-checking, ainsi que quelques limites de cet exercice liées au vocabulaire comme au ton employé particulièrement. De la mise en mots de la parole politique dans l'interview, les journalistes auteurs d'articles et de chroniques de fact-checking passent à une mise en doute argumentée et à une écriture de verdict qui dispose, somme toute, malgré quelques disparités, de ses propres codes, ceux d'un genre journalistique à part entière, entièrement à part.

7.2.3. Cas particuliers, familles et sous-familles de fact-checking

Soumettre à une analyse détaillée les contenus des rubriques de fact-checking impose de rechercher les points de convergence et de divergence entre les productions. Nous nous sommes donc livrés à cet exercice pour en extraire les enseignements présentés ci-dessus. Toutefois, ceux-ci ne concernent que l'échantillon retenu pour l'étude, à savoir les productions des principaux médias fact-checkeurs français, ayant en outre exercé ce travail pendant une période significative. Nous y avons adjoint, c'est vrai, les travaux éphémères de deux rédactions (*RTL, Les Échos*), dans la mesure où ceux-ci semblaient avoir adopté les canons de l'exercice (matière politique, publications régulières, etc.). Mais notre étude nous a bien évidemment conduit à questionner d'autres fact-checkeurs, à analyser d'autres contenus, présents tantôt très ponctuellement, tantôt dans la durée dans le paysage médiatique français. Ce qui nous permet, à ce stade, de proposer ce que l'on pourrait qualifier de nomenclature des familles et sous-familles des productions de fact-checking.

Nous parlons ici de familles et de sous-familles pour rappeler notamment l'histoire du fact-checking et la distinction entre ce que nous qualifierions de fact-checking

« *traditionnel, interne* »⁴⁵⁹, d'une part (celui des origines, pratiqué en premier lieu dans la presse magazine des années 1920-1930 aux États-Unis) et de fact-checking « *moderne* »⁴⁶⁰, externe, d'autre part (celui, plus récent, qui s'est développé à compter des années 2000, d'abord aux États-Unis, puis partout dans le monde). L'objet n'est pas ici de revenir en détail sur ce que représentent ces deux familles – cela a été largement développé dans la première partie de ce travail – mais plutôt de mettre en perspective, à l'aune des différents modes d'écriture relevés par nos analyses, des constructions caractéristiques d'exercices de fact-checking spécifiques, dont certaines se développent au moment même où nous produisons notre travail d'observation, quand d'autres semblent moins utilisées.

Ainsi, le fact-checking interne, tel que nous l'avons déjà abondamment décrit, semble en perte de vitesse dans les rédactions, dans la mesure où rares sont celles qui peuvent se permettre de maintenir des moyens suffisants pour produire un travail à si forte valeur ajoutée pour des contenus qui peinent à être valorisés en ligne notamment. Cette famille de fact-checking, que nous qualifierons d'historique, n'en continue pas moins d'exister, mais dans de faibles proportions aujourd'hui. Elle s'intéresse davantage au travail des journalistes eux-mêmes qu'aux personnes sur lesquelles sont réalisés les articles ; elle vise à éliminer les contre-vérités avant publication ou diffusion, pas à attirer l'attention sur elles après coup.

Si nous devons évoquer d'autres appellations connues pour ce travail, nous évoquerions, aux États-Unis tout d'abord, le travail de ce qu'on a appelé les « proofreaders », puis les « copy editor ». Ces deux appellations seraient apparues pour la première fois (respectivement) en 1803 et 1899, selon l'*Oxford English Dictionary*. Tandis que les « fact-checkeurs » sont apparus, eux, avec la création du « research department » du magazine *Time* au début du XX^e siècle⁴⁶¹. En France et dans une partie du monde francophone, les « secrétaires de rédaction » disposent parfois d'une mission proche du fact-checking interne, sachant qu'ils sont tantôt considérés comme de simples correcteurs, tantôt comme de véritables journalistes

⁴⁵⁹ GRAVES Lucas, *Deciding What's True, The Rise of Political Fact-Checking In American Journalism*, op. cit., p. 7

⁴⁶⁰ DOBBS Michael, *The Rise of Political Fact-checking, How Reagan Inspired a Journalistic Movement*, op. cit., p. 1

⁴⁶¹ GRAVES Lucas, *Deciding What's True, The Rise of Political Fact-Checking In American Journalism*, op. cit., p. 238

autorisés à vérifier le contenu des articles en profondeur et à « re-writer » ou réécrire, reformuler une partie des contenus, ainsi qu'à rédiger intégralement la titraille, en accord, le plus souvent, avec les rédacteurs. Lorsqu'ils exercent aujourd'hui cette fonction (on en trouve la trace dès le XIX^e siècle), ils sont aussi largement dénommés aujourd'hui « éditeurs », en particulier pour l'activité web des rédactions.

Le fact-checking externe, lui, celui auquel nous nous sommes plus spécifiquement intéressés jusqu'à présent dans notre travail, apparaît plus protéiforme. Et non seulement il ne s'applique pas à un seul et même média (le propre du fact-checking interne), mais il se consacre à rechercher, partout (journaux, radios, télévisions, réseaux sociaux, meetings, ouvrages, etc.), les contre-vérités et les mensonges des autres, diffusés dans l'espace public. Comme nous l'avons dit, il a vocation à pointer ces erreurs et mensonges après coup et non pas à les éviter avant publication ou diffusion. D'ailleurs, les médias qui s'emparent de cette mission sont assez régulièrement des *pure-players* dédiés, qui se sont donnés pour objectif de scruter l'activité de leurs confrères ou la manière dont leurs confrères diffusent des contre-vérités. Ils réalisent ainsi un travail que nous pourrions qualifier de méta-rédactionnel, dans le sens où ils se placent en surplomb de l'activité de tous les autres médias. C'est sans doute pour cela, finalement, que quand un média plus classique s'empare de ce type de mission, il se retrouve assez régulièrement en porte-à-faux vis-à-vis de ses propres pratiques, ainsi que nous l'avons, là encore, démontré plus haut. C'est d'ailleurs là le cœur de notre thèse : la substitution d'un travail externe à un travail interne dans les rédactions « historiques » finalement.

Au sein de cette catégorie du fact-checking externe, le type d'acteurs en présence (médias traditionnels, *pure-players*...) n'est pas le seul critère de différenciation entre les travaux menés et les initiatives conduites. Il est également utile d'évaluer, sur le fond, à propos des contenus des productions eux-mêmes, si leur fonction de vérification s'avère généraliste ou bien si elle reste spécialisée. En effet, la catégorie certainement la plus représentée et celle, aussi, qui a mis en avant le fact-checking à travers le monde, est sans aucun doute la politique. Le fact-checking politique, avec ses représentants américains (*Politifact*, *FactCheck*...) ou français (« Désintox », « Les Décodeurs », etc.), constitue en effet la principale vitrine du fact-checking externe, de nouvelle génération, actuellement. C'est d'ailleurs à travers lui que nous

avons choisi d'explorer ce travail de vérification, comme en attestent les panoramas réalisés dans la première partie de notre exploration.

Mais il existe aussi d'autres spécialités pour le fact-checking externe : on évoquera par exemple le fact-checking des récits médiatiques, tel que le pratique en France, par exemple, le *pure-player* *Arrêt sur Images* ou certaines émissions de télévision comme « Le Petit Journal » de *Canal +*, ou « Quotidien » de *TMC*, voire des rubriques « médias » de certains journaux ou certaines radios. Nous pouvons également évoquer le fact-checking scientifique, tel que le pratique la rubrique « SciCheck » du site américain *FactCheck* ou encore le « Détecteur de Rumeurs » lancé en 2016 par l'*Agence Science-Presse*, média indépendant fondé à Montréal en 1978. Nous arrêterons là la recension de ces initiatives, même si elles sont bien évidemment beaucoup plus nombreuses à travers le monde pour ce qui est du fact-checking spécialisé.

Nous terminerons en indiquant qu'il existe, toujours en matière de fact-checking externe, une tendance à produire des vérifications plus généralistes. C'est ce que fait par exemple de longue date le *pure-player* américain *Snopes*, qui combat les rumeurs depuis 1994 et se targue d'être aujourd'hui le plus ancien site de fact-checking sur Internet. En difficulté, alors qu'il est totalement indépendant, ce média basé à San Diego, en Californie, a lancé un appel aux dons en juillet 2017 qui a très largement dépassé les 500 000 dollars escomptés. Cette mission de lutte contre les mensonges et les rumeurs en ligne est également celle dont s'est emparé, depuis 2000 et avec moins de moyens, le site français bénévole *Hoaxbuster* (500 000 visiteurs par mois en 2014). Celui-ci disait alors vouloir « *mettre un terme à la propagation des (canulars) et des rumeurs en circulation sur le web francophone* ». Depuis, il a lui aussi élargi ses travaux pour prendre en compte aussi bien la politique que l'économie ou les sciences.

Il faut également citer, enfin, dans cette catégorie des opérations de fact-checking externe et généraliste, des initiatives récentes et un peu particulières, sur lesquelles nous reviendrons dans le chapitre suivant : celles de *Facebook* et de « *CrossCheck* » (*Google*). Le réseau social *Facebook* s'est en effet associé à des médias fact-checkeurs du monde entier pour les inciter à vérifier prioritairement des informations signalées comme fausses par ses utilisateurs ; quant à « *CrossCheck* », il s'agit d'une

opération de fact-checking collaboratif entre médias fact-checkeurs, conduite par le réseau *First Draft* et notamment financée par *Google*, pour tenter d'enrayer la guerre des *fake news* (pas seulement politiques) qui sévit depuis la présidentielle américaine et, depuis, lors de chaque grande échéance électorale.

De plus, il est important de noter à nouveau que des médias de fact-checking essentiellement politique ont pu évoluer vers une conception plus large de leur travail de vérification, notamment pour contrer, à certaines périodes (attentats de Paris par exemple, dans notre échantillon de contenus), des rumeurs persistantes.

Pour tenter de clarifier notre classification des différents types de fact-checking évoqués ici, nous pouvons la résumer par un tableau récapitulatif (tableau 8).

Ce recensement doit être complété par un listing des différents modes de traitement des informations vérifiées (tableau 9). Ces modes de traitement sont plus ou moins utilisés par chaque type de fact-checking (interne, externe, généraliste ou spécialisé). Mais ils constituent une boîte à outils dans laquelle puisent la plupart des journalistes de vérification en fonction de leurs objectifs. Ainsi, pour ce qui est du fact-checking politique, le cas le plus fréquent est l'utilisation de la vérification fondée sur une déclaration, voire sur l'usage d'un chiffre ou même sur les promesses. En réalité, tout le contenu de cette boîte à outils constitue une évolution, relativement récente, des premiers exercices de fact-checking moderne, à compter des années 2000.

Bien entendu, cette proposition de classification, à propos d'une matière qui est en évolution constante et n'a de limite que dans l'imagination et l'inventivité des journalistes fact-checkeurs eux-mêmes – puisqu'ils sont en mesure de proposer de nouvelles idées constamment – n'a vocation à être ni exhaustive, ni définitive. Elle correspond simplement au recensement scrupuleux des productions étudiées et aux recoupements issus des entretiens réalisés avec les professionnels. D'ailleurs, afin de rendre ces différents modes de traitement des informations vérifiées plus concret, nous proposons, en annexe, des exemples de productions pour chacun d'entre eux (voir annexe 8).

FACT-CHECKING	
INTERNE	EXTERNE
	GÉNÉRALISTE
<p><i>Proofreaders</i> (XIX^e siècle), <i>copy-editors</i> (XIX^e siècle), <i>fact-checkers</i> et <i>research departments</i> (XX^e siècle), secrétaires de rédaction (XX^e siècle), etc.</p>	<p>RUMEURS <i>Snopes, Hoaxbuster,</i> « Le Vrai du Faux », « L’Œil du 20 heures », etc.</p>
	SPÉCIALISÉ
	<p>POLITIQUE <i>Ad-watch journalism, truth-squadding,</i> <i>Politifact, FactCheck,</i> « Désintox », « Les Décodeurs », « Le Vrai du Faux », « Le Vrai-Faux de l’Info », « L’Œil du 20 heures », etc.</p>
	MÉDIA
	<p><i>Arrêt sur Images,</i> « Le Petit Journal » de <i>Canal +</i>, « Quotidien » de <i>TMC</i>, rubriques « médias » de certains journaux ou certaines radios, etc.</p>
	SCIENCE
	<p>« <i>SciCheck</i> » de <i>FactCheck</i>, « Détecteur de Rumeurs » de l’<i>Agence Science-Presse</i>, etc.</p>
	Autres spécialités...

Tableau 8. Les différents types de fact-checking (proposition de classification).

<i>APELLATION</i>	<i>DESCRIPTIF</i>
DÉMENTI (simple ou en mouture)	À partir d'une assertion diffusée dans l'espace public par des médias ou par des particuliers voire des organisations via les réseaux sociaux, il s'agit de vérifier si son contenu est factuellement vrai ou faux. Cet exercice est celui que pratique majoritairement le fact-checking politique ou le fact-checking de rumeurs, ainsi que le fact-checking collaboratif.
CONTRÔLE DE PROMESSES	Fondé sur un programme (le plus souvent politique) et sur des promesses (de campagne), ce contrôle permet de définir dans quelle mesure ils ont été respectés, finalement, par leur auteur. En général, ce travail est effectué sur une longue durée.
CONTRÔLE DES CHIFFRES	Parfois appelé « data-checking », il évalue la capacité ou la volonté de telle ou telle personnalité à faire un usage correct et sincère des informations chiffrées. Cette évaluation peut donner lieu à une note...
RELEVÉ D'OCCURRENCES	Le traitement médiatique ou politique d'un thème donné est observé à la loupe afin de définir s'il est correctement ou insuffisamment évoqué dans l'actualité ou les programmes notamment.
AUTHENTIFICATION	Un document écrit, une photo ou une vidéo sont étudiés de près afin de déterminer s'ils ont pu être manipulés à des fins de propagande ou de mensonge.
HISTORIQUE / GÉNÉALOGIQUE	Une assertion est replacée dans un contexte ou une chronologie des faits et des déclarations, dans le but de déterminer si elle a fait l'objet de revirements ou de contradictions de la part de son auteur.
« PÉDAGO »	Ce fact-checking pédagogique a vocation, en partant d'une assertion (erronée ou vraie et étonnante), à faire le point sur ce que l'on sait d'un sujet à un instant T ou bien à contextualiser un sujet complexe afin de le rendre compréhensible par le plus grand nombre.

Tableau 9. Les différents modes de traitement des informations vérifiées (proposition de classification).

Au terme de ce chapitre, à l'aune de notre descriptif des méthodes de travail utilisées et expérimentées par les fact-checkeurs, mais aussi après étude des contenus finalement produits dans les rubriques et chroniques diffusées par leur média d'appartenance, nous avons pu démontrer à quel point certaines critiques à propos de l'émergence d'un tel genre journalistique peuvent sembler fondées. Nous avons pu notamment mettre en évidence des choix citationnels contestables et des modes d'écriture parfois certes constitutifs d'une identité forte (« Désintox »), mais pas nécessairement en accord avec les principes d'objectivité mis en avant par les formats de vérification en général. Quoi qu'il en soit, il apparaît finalement, à travers les contenus de notre échantillon, mais également au-delà, que les travaux de fact-checking font émerger de nombreuses initiatives journalistiques nouvelles, des expérimentations, grâce à une certaine créativité finalement au sein des différents médias qui s'y intéressent et de leurs équipes. C'est ainsi qu'au fil des évolutions et diversifications d'un exercice qui avait fini par prendre toutes les caractéristiques d'un genre journalistique à part entière, le fact-checking devenu principalement politique, tend à renouer avec une certaine généralisation de ses champs de vérification. Comme si, après un resserrement de son périmètre d'action, à la faveur des difficultés de tous ordres rencontrés par les médias, semblait réapparaître la nécessité de produire à nouveau un travail de vérification plus large, en renouant avec les fondamentaux du journalisme.

CHAPITRE 8. DE LA STRATEGIE OPPORTUNISTE AU RETOUR D'UN "VERITABLE" FACT-CHECKING

8.1. Rendre le fact-checking « moderne » plus performant

8.1.1. La nécessaire, mais difficile, évaluation des effets du fact-checking politique

Ainsi que nous avons voulu le démontrer, le fact-checking moderne, à compter des années 2000 aux États-Unis, n'a eu de cesse de se développer. Il s'agit même aujourd'hui d'une pratique relativement répandue à travers le monde, puisque le dernier sommet mondial du fact-checking, intitulé « Global Fact 4 » et qui a eu lieu à Madrid, en juin 2017, évoquait 126 initiatives médiatiques de ce type dans une cinquantaine de pays⁴⁶². Sur le plan de l'innovation et de la création de nouveaux formats journalistiques, le succès de cette pratique ne fait donc que peu de doute. Toutefois, les interrogations sont beaucoup plus nombreuses sur les effets du fact-checking. Ce type de productions permet-il, finalement, d'avoir un impact quelconque sur ce que pensent les lecteurs, auditeurs, téléspectateurs ? Car il semble bien que ce soit là sa finalité : confirmer ou infirmer les propos potentiellement mensongers ou erronés diffusés au sein des prises de parole publiques et médiatiques des personnalités politiques. C'est en tout cas ce versant-là du fact-checking moderne qui a fait et continue de faire sa réputation et d'assurer sa croissance à travers le monde aujourd'hui.

Si notre objectif, à travers notre recherche, a davantage vocation à analyser ce que signifie cette pratique pour les rédactions et les journalistes eux-mêmes, plutôt que l'impact qu'elle pourrait avoir sur le grand public, voire les politiques, la très grande effervescence qui a lieu autour de ces questions, notamment aux États-Unis, n'a pas manqué de nous interpeller. En effet, de très importants programmes de financement

⁴⁶² STENCEL Mark, « Fact-checking booms as numbers grow by 20 percent », *Duke Reporters' Lab*, 2017. Disponible sur: <https://reporterslab.org/fact-checking-booms-as-numbers-grow-by-20-percent/> (page consultée le 3 août 2017).

y sont consacrés à l'étude du fact-checking en général et de son développement, puis de son impact en particulier. C'est notamment le cas du « Fact-checking project », porté par l'American Press Institute, une organisation à but non lucratif basée à Arlington, près de Washington, fondée en 1946 et dirigée par le journaliste Tom Rosenstiel. Cette organisation souhaite en effet promouvoir, dit-elle, un journalisme responsable plus efficace. Elle soutient donc les travaux de recherche menés en ce sens et, pour ce qui concerne le fact-checking, a notamment coordonné, de 2014 à 2016, grâce à un fonds de 400 000 dollars accordé par la fondation Democracy Fund de Pierre Omydiar (fondateur du site de commerce en ligne e-Bay), des travaux académiques menés à la fois par des chercheurs « partenaires » et par d'autres universitaires⁴⁶³. Le but affiché par ces travaux est ainsi d'identifier quel type de fact-checking est le plus efficace pour stopper les rhétoriques mensongères et informer au mieux les citoyens, selon ses propres termes. Un programme de ce type n'a pas aujourd'hui d'équivalent ailleurs dans le monde, ni par son ampleur ni par son objet. Il faut également noter que déjà, dès 2012-2013, là aussi à l'occasion de l'élection présidentielle américaine, une première salve conséquente de travaux de recherche – parfois menés par les mêmes universitaires – avait été portée par une autre fondation, New America, créée en 1999. Toutefois, l'ampleur de tels programmes n'empêche pas d'autres travaux académiques d'émerger, plus récemment, en dehors du cadre de ces premières investigations. En définitive, ce qui ressort de l'ensemble de ces études, quelles que soient les méthodologies mises en œuvre jusqu'à présent, c'est la grande difficulté que rencontrent les chercheurs pour parvenir à des conclusions cohérentes et à une sorte de consensus sur les effets du fact-checking. Cela peut s'expliquer par le nombre de paramètres qui entre en compte dans le processus de prise de décision des citoyens au moment d'un vote notamment. Entre l'exposition médiatique ou publique à une contre-vérité prononcée par un politique, qui peut être celui que l'on supporte ou celui que l'on combat, puis le temps de la vérification et de l'éventuelle contradiction de cette contre-vérité dans les médias, en prenant en compte la capacité de conviction de la forme et du fond des productions de fact-checking qui sont là pour

⁴⁶³ AMERICAN PRESS INSTITUTE, « American Press Institute announces major project to improve fact-checking journalism », *American Press Institute*, 2 juin 2014. Disponible sur: <https://www.americanpressinstitute.org/news-releases/american-press-institute-announces-major-project-improve-fact-checking-journalism/> (page consultée le 3 août 2017).

confirmer ou infirmer cette même contre-vérité, jusqu'au cheminement intellectuel de l'électeur qui est par ailleurs lui-même soumis à d'autres facteurs d'influence innombrables dans son entourage, ses ressentis, ses affinités politiques ou ses convictions profondes, son degré de politisation, etc., les études peinent nécessairement à mesurer avec précision l'impact du journalisme de vérification politique. D'autant que cet impact peut avoir plusieurs dimensions : le changement de conception sur l'argument concerné lui-même, le changement d'opinion sur le politique qui a utilisé cet argument, le changement de vote consécutif aux deux autres aspects... ou pas. Car l'effet inverse de celui qui est recherché peut parfois aussi se produire.

Cela ne doit pas nous empêcher de tenter d'en résumer ici quelques principales conclusions, même si elles sont parfois remises en cause par des travaux différents⁴⁶⁴. Nous évoquerons donc tout d'abord une étude, pionnière, réalisée en 2008, puis publiée en 2010 dans la revue américaine *Political Behaviour* et intitulée « When Corrections Fail : The Persistence of Political Misperceptions »⁴⁶⁵. Elle n'est pas encore consacrée au fact-checking lui-même, qui est à peine cité dans le texte, mais d'une part elle est réalisée par un duo de chercheurs devenus par la suite spécialistes du fact-checking politique – Brendan Nyhan et Jason Reifler – et d'autre part elle décrit, déjà, les mécanismes qui ne cessent depuis d'être mis en avant par les travaux les plus récents. Alors que beaucoup de littérature politique s'attache au manque d'information des électeurs, rare est celle qui s'attarde sur leurs croyances fausses ou infondées et la possibilité de les corriger. Ce travail met ainsi en avant que, face à une information trompeuse et à sa correction, la fausse croyance ne recule pas forcément au sein d'un groupe plus idéologisé⁴⁶⁶ et que, parfois même, dans ce groupe, la correction provoque un « backfire effect » ou « effet rebond ». Autrement dit : confrontés à la preuve que ce qu'ils pensaient jusqu'alors est faux, les électeurs concernés rejettent la preuve et se replient plus fortement encore sur leur croyance

⁴⁶⁴ Une présentation plus complète des travaux de recherche sur le fact-checking et ses effets est à retrouver dans la bibliographie. Nombre de ces travaux ont d'ailleurs été partiellement utilisés pour mener à bien notre propre travail de recherche dans le cadre de cette thèse.

⁴⁶⁵ NYHAN Brendan, REIFLER Jason, « When Corrections Fail : The Persistence of Political Misperceptions », *Political Behaviour*, 32, 2010, pp. 303-330

⁴⁶⁶ BRONNER Gérard, *La démocratie des crédules*, Paris, Presses universitaires de France, 2013, 360 p.

initiale. Ce thème de l'effet rebond, particulièrement utilisé en psychologie, va par la suite faire partie des fils rouges des études sur l'impact du fact-checking.

Ainsi que nous l'avons expliqué, c'est ensuite autour de l'élection présidentielle de 2012 que les études américaines vont à nouveau se pencher sur la question de l'impact du travail de vérification des propos politiques. Ils le feront notamment, de manière rapide, en marge de publications essentiellement liées à l'essor de cette pratique journalistique. Nous faisons là référence aux premières questions sur l'efficacité du fact-checking qui apparaissent dans le recensement des initiatives américaines en la matière par Lucas Graves et Tom Glaisyer :

« Comment le fact-checking peut-il avoir le plus fort impact afin de favoriser un débat plus raisonné sur les questions politiques importantes ? Doit-il viser principalement à éduquer le public, à modifier le comportement des politiques, à rendre le travail journalistique moins timide ou bien les trois en même temps ? »⁴⁶⁷

Pour la première fois sont évoqués les trois aspects des effets potentiels du fact-checking. Et si cela reste sous la forme interrogative à l'issue de ce travail de recherche, les évolutions constatées depuis indiquent, selon nous – nous y reviendrons – que ce ne sont pas les aspects les plus explorés initialement par les travaux académiques qui s'avèrent les plus parlants aujourd'hui : les effets sur le comportement et le mode de travail des médias sont en effet toujours les plus visibles actuellement. C'est en partie ce que démontrait, déjà, en 2012, une nouvelle production de Nyhan et Reifler, fondée sur un recensement des enseignements des sciences sociales⁴⁶⁸. En substance, ces deux chercheurs concluaient que le fact-checking peut aider à réduire la motivation des élites qui souhaiteraient diffuser de fausses assertions (retombées sur leur réputation), tout en informant les journalistes susceptibles de les disséminer, tandis qu'au niveau individuel, la perception erronée d'une information reste difficile à contrer.

467 « *How can fact-checking have the biggest impact in fostering a more reasoned debate over important public issues? Should it aim mainly to educate the public, to change political behavior, or to make reporting less timid or all three?* »
GRAVES Lucas, GLAISYER Tom, *The Fact-Checking Universe In Spring 2012, An Overview*, op. cit., p. 2

468 NYHAN Brendan, REIFLER Jason, *Misinformation and Fact-Checking: Research Findings from Social Science*, Washington, New America Foundation, 2012, 26 p. Disponible sur : http://www.dartmouth.edu/~nyhan/Misinformation_and_Fact-checking.pdf (page consultée le 30 septembre 2017).

Quelques travaux vont ensuite aller plus loin, à compter de 2013, par exemple quand Nyhan et Reifler, toujours, se penchent non plus sur la capacité du fact-checking à modifier le point de vue des électeurs sur une fausse information, mais sur la manière dont les politiques sensibilisés au risque du mensonge pour leur réputation et leur avenir électoral (en présence de fact-checkeurs) sont prêts à modifier leur comportement⁴⁶⁹. Ils concluent alors par l'affirmative. Nous évoquerons également un article paru dans le *Journal of Communication*, la même année, selon lequel l'efficacité d'un démenti ne relève pas seulement de la force de la preuve, mais également de bien d'autres informations, bien moins pertinentes, contenues dans le message journalistique, comme le texte et l'image qui accompagnent la démonstration, ainsi que les éléments contextuels, qui peuvent parfois, à force d'accumulation, s'avérer contre-productifs, car ils évoquent inmanquablement d'autres aspects, susceptibles d'être compatibles, eux, avec la croyance initiale⁴⁷⁰.

La seconde salve de travaux de recherche sur le fact-checking est par la suite lancée à l'occasion de l'élection présidentielle américaine de 2016, en particulier à l'initiative de l'American Press Institute, mais pas uniquement. Ainsi, à compter de 2015, où une sorte de polémique prend place, par travaux de recherche interposés, publiés non plus dans le cadre des programmes et financements principaux, mais dans la revue *Critical Review*, à propos des biais dans la méthodologie des fact-checkeurs, qui viendraient contrer leur potentielle ambition à corriger les erreurs. Dès 2013, en effet, deux chercheurs du département de sciences politiques de l'université de Miami concluaient que le fact-checking finit par insinuer qu'il ne peut y avoir de véritable débat politique sur les faits, puisque ceux-ci ne peuvent être sujets à interprétation⁴⁷¹.

⁴⁶⁹ NYHAN Brendan, REIFLER Jason, « The Effect of Fact-Checking on Elites: A Field Experiment on US State Legislators », *New America Foundation*, 2013, 11 p.

⁴⁷⁰ GARRETT Kelly, NISBET Erik, LYNCH Emily, « Undermining The Corrective Effects of Media-Based Political Fact-Checking? The Role of Contextual Cues and Naïve Theory », *Journal of Communication*, 2013. Disponible sur : <http://rkellygarrett.com/wp-content/uploads/2014/05/Garrett-et-al.-Undermining-Corrective-Effects1.pdf> (page consultée le 30 septembre 2017).

⁴⁷¹ USCINSKI Joseph, BUTLER Ryden, « The Epistemology of Fact-Checking », *Critical Review: A Journal of Politics And Society*, 25-2, 2013, pp. 162-180. Disponible sur : http://www.joeuscinski.com/uploads/7/1/9/5/71957435/critical_review.pdf (page consultée le 30 septembre 2017).

La réponse arrive donc en 2015, lorsque Michelle A. Amazeen⁴⁷², membre des chercheurs associés à l’American Press Institute, observe notamment le fort degré de concordance entre les évaluations des différents fact-checkeurs ayant adopté des procédures rigoureuses, validant en quelque sorte, ainsi, la pertinence de leur travail : elle évoque 98% de concordance dans les thèmes et les verdicts. Un troisième temps de la polémique arrive la même année, quand la pertinence du travail des trois principaux fact-checkeurs américains est à nouveau critiquée en termes d’utilité pour les citoyens, dans la mesure où ils produisent des contenus qui peuvent sembler parfois plus contradictoires que ne l’a énoncé le travail précédent⁴⁷³.

Par ailleurs, d’autres études vont venir, durant cette même période, confirmer certains aspects sur les effets du fact-checking. La première pour évoquer l’impact éventuel des échelles d’évaluation utilisées par les fact-checkeurs, sans réellement démontrer d’effet majeur, si ce n’est pour des vérifications non liées à la politique⁴⁷⁴. Les suivantes pour traiter d’autres aspects, variés, comme par exemple les effets estimés du fact-checking à l’occasion des élections de mi-mandat en 2014. Cette fois, le travail de Brendan Nyhan et Jason Reifler⁴⁷⁵, tout en démontrant que le fact-checking permet au public de mieux s’informer, en particulier les personnes les plus averties, les plus éduquées, etc., soulève une question importante à nos yeux : peut-on faire du fact-checking un cas particulier en matière de production journalistique susceptible de convaincre les gens ? Il est en effet étonnant que l’on ausculte à ce point ce format journalistique sans forcément se poser des questions identiques à propos d’autres genres, d’autres types de productions médiatiques, fussent-elles nouvelles ou non. En 2015 également, une thèse sur l’émergence et l’impact du fact-checking au cours des campagnes électorales américaines a montré, quant à elle, en se basant sur trois

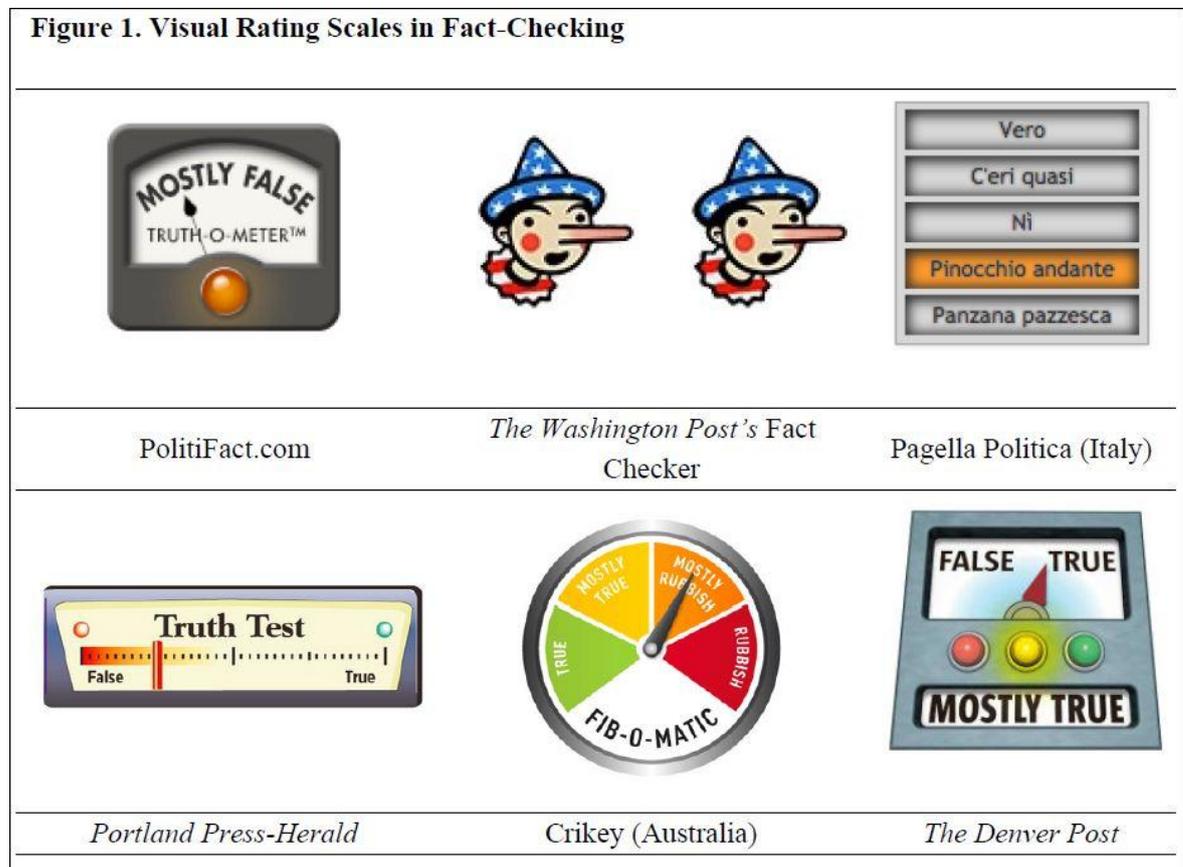
⁴⁷² AMAZEEN Michelle, « Revisiting The Epistemology of Fact-Checking », *Critical Review: A Journal of Politics And Society*, 27-1, 2015, pp. 1-22

⁴⁷³ MARIETTA Morgan, BARKER David, BOWSER Todd, « Fact-Checking Polarized Politics: Does The Fact-Check Industry Provide Consistent Guidance on Disputed Realities? », *The Forum*, *op. cit.*

⁴⁷⁴ AMAZEEN Michelle, THORSON Emily, MUDDIMAN Ashley, GRAVES Lucas, « A Comparison of Correction Formats: The Effectiveness and Effects of Rating Scale versus Contextual Corrections on Misinformation », *American Press Institute*, 2015, 20 p. Disponible sur : <http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/The-Effectiveness-of-Rating-Scales.pdf> (page consultée le 30 septembre 2017).

⁴⁷⁵ NYHAN Brendan, REIFLER Jason, « Estimating Fact-Checking’s Effects Evidence from a Long-Term Experiment During Campaign 2014 », *American Press Institute*, 2015, 17 p. Disponible sur : <http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/Estimating-Fact-Checkings-Effect.pdf> (page consultée le 30 septembre 2017).

études de terrain différentes, que le fact-checking pouvait influencer l'attitude des électeurs et leur évaluation des candidats politiques et de leurs messages⁴⁷⁶.



Capture 20. Quelques visuels d'échelles d'évaluation du fact-checking (Amazeen *et al.*, 2015).

Enfin, la dernière vague d'études destinées à mesurer l'impact du fact-checking vient de donner lieu à de nouvelles publications, entre la fin 2016 et le début de l'année 2017. Et elle contient à nouveaux des éléments contradictoires. Notamment, Ethan Porter, de l'université George Washington, et Thomas Wood, de l'université de l'Ohio, ont questionné à nouveau le fameux effet rebond avant de conclure qu'il ne s'agit, en réalité, que d'un phénomène très rare : « *Dans l'ensemble, les citoyens tiennent compte de l'information factuelle, même si cette information conteste leurs*

⁴⁷⁶ WINTERSIECK Amanda, « The Rise and Impact of Fact Checking in U.S. Campaigns », thèse de doctorat en science politique, Tempe, Arizona State University, 2015, 288 p. Disponible sur : https://repository.asu.edu/attachments/150590/content/Wintersieck_asu_0010E_14873.pdf (page consultées le 30 septembre 2017).

engagements partisans et idéologiques »⁴⁷⁷, écrivent-ils, ce qui modifie grandement les conclusions de la recherche sur le fact-checking, instaurées ainsi dès 2010. De plus, une autre production académique, publiée par la revue scientifique britannique *Royal Society Open Science*, en février 2017, a, de son côté, montré que le fact-checking est effectivement un bon moyen de contrer la désinformation, même s'il n'est pas forcément en mesure d'avoir un impact sur le vote final des électeurs⁴⁷⁸.

Enfin, nous pouvons ici, également, évoquer une étude très récente de l'École d'économie de Paris et de Sciences Po, qui concerne la campagne présidentielle française cette fois-ci⁴⁷⁹. Là encore, il n'y a pas eu d'effet rebond constaté. Mais les conclusions de ce travail, focalisé sur les arguments anti-immigration du Front national et mené auprès de 2 500 personnes environ, ont rejoint celles que mentionnait auparavant la revue *Royal Society Open Science*. À savoir : fournir des informations factuelles sur l'immigration a amélioré la compréhension des électeurs français vis-à-vis de cette question, mais n'a pas réduit la probabilité qu'ils continuent de voter pour Marine Le Pen. En somme, la crédibilité des sources officielles dépasse celle des *fake news*, mais ce sont ces dernières qui continuent de guider la perception que les gens ont du monde et donc leur intention de vote. Il apparaît donc que le fact-checking ne peut pas modifier le soutien des électeurs pour les partis populistes, l'émotion conservant un impact plus important que les faits. D'ailleurs, même les personnes soumises aux faits seuls, sans connaître les contre-vérités dites à leur sujet, s'avèrent plus enclines à voter pour Marine Le Pen que celles d'un groupe témoin, n'ayant eu accès à aucune information, ce qui interroge, cette fois, sur l'utilité de relayer ou non certaines contre-vérités, même si c'est pour les contredire. En tout cas, si cela est susceptible de les faire changer d'avis parfois sur l'information elle-même, il n'est pas certain que cela les fasse changer d'opinion sur le candidat qui préfère les

⁴⁷⁷ « By and large, citizens heed factual information, even when such information challenges their partisan and ideological commitments. »

WOOD Thomas, PORTER Ethan, « The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence », *American Political Science Association*, 2016, 24 p.

⁴⁷⁸ SWIRE Briony, BERINSKY Adam, LEWANDOWSKI Stephan, ECKER Ullrich, « *Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon* »; *Royal Society Open Science*, Londres, 4, 2017, 21 p.

⁴⁷⁹ BARRERA Oscar, GURIEV Sergei, HENRY Emeric, ZHURAVSKAYA Ekaterina, « Facts, Alternative Facts, and Fact Checking in Times of Post-Truth Politics », non publié, 2017, 70 p. Disponible sur : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3004631 (page consultée le 9 octobre 2017).

contre-vérités. Les convictions partisanses, donc, subsistent au-delà des faits corrigés, portées par le récit et les éléments de langage que construisent les personnalités politiques et non pas seulement par des chiffres et des données. Pour ces personnes, les faits ne suffisent donc pas à se dire convaincues par une autre option politique.

Il apparaît ainsi clairement que d'autres études, plus larges et plus approfondies devraient être menées à l'avenir pour disposer de ressources suffisamment fiables, susceptibles d'éclairer le travail des journalistes fact-checkeurs. En effet, compte-tenu des résultats parfois contradictoires ou partiels à leur disposition jusqu'à présent, il n'est pas aisé de savoir vers quelles directions faire porter principalement et prioritairement les efforts des rédactions. Toutefois nous nous permettons de réitérer notre remarque à propos des effets plus globaux des différents types de productions journalistiques sur le grand public, dont les formats perdurent sans qu'aient toujours été analysé leur pertinence, qu'il s'agisse d'éditoriaux, de chroniques, d'interviews, etc. Difficile, donc, à l'aune de ces études, quels que soient leurs enseignements, de conclure à l'inutilité d'un format journalistique, qui peut parfois n'être « que » complémentaire des autres, dans un objectif d'information plus global.

8.1.2. Compiler des données, automatiser des procédés : anticiper pour mieux vérifier

L'une des difficultés auxquelles est confronté le fact-checking repose sur le décalage qui peut exister entre le temps de la diffusion du mensonge (par une personnalité politique par exemple) ou de la contre-vérité et sa correction ou son démenti (par un journaliste fact-checkeur). En effet, l'assertion qui est corrigée sur des sites d'information *pure-players* spécialisés ou dans des rubriques ou chroniques de médias généralistes a bien souvent été diffusée par d'autres biais, parfois par d'autres médias – ce qui implique que la correction ne touche pas forcément le même public dans les mêmes proportions que celui qui a été exposé au mensonge ou à l'erreur – et à un autre moment – ce qui implique que « l'intox » initiale a eu le temps d'être diffusée et partagée de nombreuses fois avant que le correctif ne cherche à la rattraper. Pire, en corrigeant par exemple sur une grande chaîne de télévision une

intox ou une rumeur diffusée sur *Twitter* (auprès d'un public finalement très différent donc), on aboutit à lui donner plus d'écho, y compris auprès d'un public plus large encore, qui n'en aurait peut-être même jamais entendu parler⁴⁸⁰.

C'est pourquoi de nombreux efforts se sont portés récemment et se portent encore aujourd'hui sur des procédés technologiques et techniques qui permettraient de proposer de la vérification dans un temps très court, voire instantanée. Cet objectif vaut tout particulièrement pour le fact-checking politique, dans la mesure où cette matière propose de très nombreuses prises de parole publique qui sont susceptibles d'impacter par la suite la perception des problématiques les plus importantes par le grand public, ainsi que, potentiellement, le comportement électoral de ce dernier. Sans revenir ici sur le Brexit et l'élection de Donald Trump à la Maison Blanche (le *pure-player Politifact* a démontré qu'il n'avait pleinement dit la vérité que dans 4% des 371 fois où ses propos de campagne ont été vérifiés⁴⁸¹), nous citerons le cas d'école que les fact-checkeurs américains considèrent comme fondateurs de leur prise de conscience : le mensonge de l'administration Bush sur les armes de destruction massive, destiné à justifier auprès de l'opinion une intervention militaire en Irak (seconde guerre du Golfe, en 2003). En l'occurrence, la démonstration de l'absence des armes en question a été faite beaucoup trop tard, sans que les médias aient pu en informer à temps l'opinion ni, donc, contrer les plans de l'administration Bush.

Face à de tels risques, les médias impliqués dans des processus de fact-checking œuvrent afin de trouver les meilleurs moyens de rendre plus efficaces leurs travaux de vérification, tout particulièrement ceux qui sont liés aux prises de parole publiques des personnalités politiques. Nous pouvons ainsi faire allusion à un outil présenté aux États-Unis, mais aussi en France à l'occasion des Assises du Journalisme 2013 : le « Truth-Teller », élaboré au sein de la rédaction du *Washington Post*. Cet outil de vérification automatisée du discours politique fonctionne en deux temps, tout en

⁴⁸⁰ Nicolas Vanderbiest, doctorant de l'Université catholique de Louvain, fait partie des personnes qui évoquent cette possibilité et proposent, non pas de démentir ce qu'il est parfois impossible de démentir, mais d'expliquer les mécanismes de diffusion des mensonges pour mieux les dénoncer. Voir sur ce point l'interview qu'il a accordée à *Ina Global*. EUTROPE Xavier, « Si une rumeur politique se trouve sur le web, je la démens sur le web », *Ina Global*, 2017. Disponible sur: <http://www.inaglobal.fr/numerique/article/si-une-rumeur-politique-se-trouve-sur-le-web-je-la-demens-sur-le-web-9678> (page consultée le 6 août 2017).

⁴⁸¹ DROBNIC HOLAN Angie, SHAROCKMAN Aaron, « Fact-checking President-Elect Donald Trump », *Politifact*, 2016. Disponible sur: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2016/nov/09/fact-checking-donald-trump-2016/> (page consultée le 6 août 2017).

restant quasiment instantané : d'abord les propos de la personne qui s'exprime sont recréés en version texte, en marge de l'écran dans lequel est diffusée la vidéo de l'intervention ; puis, dans ce texte, sont mis en exergue les propos vrais ou faux, avec des liens vers les articles qui permettent d'obtenir des précisions. En réalité, l'outil tout entier, parfois surnommé « le *Shazam* de la vérité », repose sur la mise en cohérence des assertions repérées dans le discours avec une base de données alimentée en amont par les journalistes de la rédaction. Toutefois, ce projet, qui devait être prêt pour la présidentielle 2016, a fait long feu : le projet a été abandonné en 2014 (probablement faute de moyens).

« Truth Goggles »⁴⁸², lancé en 2014, toujours aux États-Unis, comme une extension de navigateur, un outil d'annotation qui détecte toutes les phrases fact-checkées visibles sur la page Internet que vous êtes en train de lire, n'a pas forcément rencontré un franc succès non plus. Mais ce qui est intéressant, c'est que, à nouveau, l'objectif était de faire reposer l'outil sur une base de données qui compilait les productions des sites de fact-checking. Là encore, donc, c'est l'agrégation des travaux qui permettait de prendre connaissance des corrections éventuelles au moment même où était lue la fausse information potentielle. Quant au projet « ClaimBuster », conduit à l'université du Texas à Arlington, lui également repose d'une part sur la reconnaissance vocale et le traitement automatique du langage naturel et, d'autre part, sur la comparaison des discours à une base de données d'assertions préalablement vérifiées, notamment par les principaux producteurs de fact-checking, toujours aux États-Unis. En 2017, ce projet est toujours décrit comme un « work in progress »⁴⁸³... Le point commun entre les deux exemples précédemment cités est qu'il s'agit d'un « pop-up fact-checking », c'est-à-dire un fact-checking qui propose des fenêtres contextuelles qui apparaissent en fonction des informations contenues dans les pages web consultées, pour les préciser ou les corriger. Cette option concerne d'ailleurs bien d'autres projets dans le monde, à l'instar de « Fact Pop-Up »⁴⁸⁴, une extension

⁴⁸² Dan Schultz avait créé une première version de « Truth Goggles » alors qu'il était étudiant au MIT Media Lab, en 2012. Puis il avait été consulté par le Washington Post pour lancer le « Truth Teller ».

⁴⁸³ HASSAN Naemul, ARSLAN Fatma, Li Chengkai, TREMAYNE Mark, « Toward Automated Fact-Checking: Detecting Check-worthy Factual Claims », *YouTube*, 2017. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=PrB6ATJM2B0> (page consultée le 6 août 2017).

⁴⁸⁴ ADAIR Bill, « Reporters' Lab to experiment with pop-up fact-checking during debate », *DukeReportersLab*, 2016. Disponible sur : <https://reporterslab.org/reporters-lab-experiment-pop-fact-checking-debate/> (page consultée le 7 août 2017).

développée pour le navigateur Chrome par le Duke Reporters' Lab pour faire apparaître en temps réel, pendant la consultation d'une vidéo de débat politique, des messages indiquant les verdicts accordés aux phrases prononcées par les personnalités en présence par le « Truth-O-Meter » du site de fact-checking américain *Politifact*.

Depuis 2016, les projets de ce type se multiplient et s'accroissent, suscitant même la volonté de coordonner les efforts entre médias, mais aussi entre médias et organisations universitaires notamment, pour aboutir plus rapidement à des solutions satisfaisantes. Ces efforts sont bien sûr à connecter avec l'intérêt grandissant des rédactions pour le journalisme automatisé (*automated journalism*) et les robots journalistes, tel que les utilise, par exemple, l'agence *Associated Press* pour rédiger, depuis 2014, les comptes rendus et rapports périodiques sur les résultats des sociétés. Une expérience de ce type a également été réalisée au *Monde*, à l'occasion des résultats des élections départementales en 2015. Et *Google* vient d'accorder, en 2017, 700 000 euros à un projet nommé « Radar » (*Reporters and Data and Robots*), pour créer un média d'informations locales et régionales au Royaume-Uni, entièrement alimenté par une intelligence artificielle. Un rapport du Tow Center for Digital Journalism détaillait un certain nombre de ces avancées et de leurs implications en 2016. Il mettait en avant le potentiel de ce type d'innovations :

*« Le journalisme automatisé – également appelé « journalisme d'algorithmes » ou, d'une manière quelque peu trompeuse, « journalisme robot » – fonctionne pour des articles fondés sur des faits et pour lesquels des données propres, structurées et fiables sont disponibles. Dans ces conditions, les algorithmes peuvent créer du contenu à grande échelle, en l'adaptant aux besoins de chaque lecteur, plus rapidement, moins cher et potentiellement avec moins d'erreurs que ne le ferait un journaliste humain. »*⁴⁸⁵

⁴⁸⁵ « Automated journalism—also referred to as algorithmic or, somewhat misleadingly, robot journalism—works for fact-based stories for which clean, structured, and reliable data are available. In such situations, algorithms can create content on a large scale, personalizing it to the needs of an individual reader, quicker, cheaper, and potentially with fewer errors than any human journalist. »

GRAEFE Andreas, *Guide to Automated Journalism*, Tow Center for Digital Journalism, 2016, p.14. Disponible sur : <https://towcenter.org/research/guide-to-automated-journalism/> (page consultée le 30 septembre 2017).

En matière de vérification, plus particulièrement, en avril 2016, était organisée, aux États-Unis, la première conférence internationale sur le fact-checking automatisé, « Tech and Check »⁴⁸⁶ ; tandis que quelques mois plus tard, en août, paraissait, en Grande-Bretagne, un rapport sur l'état des lieux du fact-checking automatisé. Ce dernier document, édité par *Full Fact*, organisation de fact-checking indépendante basée à Londres, détaille une quinzaine de projets déjà existants en appelant à un partage d'expérience entre médias pour aboutir très prochainement à une solution automatisée satisfaisante. En fait, sont envisagées trois méthodologies qui pourraient apparaître complémentaires : la première fondée sur les références (les données factuelles consignées par des sources officielles et/ou jugées fiables), la deuxième dite contextuelle (elle se fonde davantage sur une probabilité : l'information a déjà été largement partagée ainsi ailleurs) et la troisième liée au *machine learning* (apprentissage automatique, également appelé statistique) :

*« Il est trop tôt pour faire des prédictions solides, mais une vérification entièrement automatisée, à terme, semble susceptible d'utiliser une combinaison de ces approches. D'ici là, les approches de référence et, dans un registre un peu différent, les approches contextuelles semblent les plus à-même, aujourd'hui, de fournir des produits concrets ; alors que l'avant-garde de la recherche semble être davantage focalisée sur l'apprentissage automatique et les approches statistiques. »*⁴⁸⁷

Full Fact, avec l'aide de *Google*, envisage de faire fonctionner deux outils avant la fin 2017 : "Trends" et "Robocheck". Le premier permettra de détecter à quel point une assertion a été disséminée sur les réseaux ; le second sera utile pour naviguer sur le web en ayant accès à des fenêtres qui préciseront si ce que l'on consulte est vrai ou faux.

⁴⁸⁶ La conférence "Tech and Check" a eu lieu les 31 mars et 1er avril 2016 à la Duke University de Durham, en Caroline du Nord, qui héberge le Duke Reporters'Lab, notamment connu pour ses travaux sur le fact-checking. Elle était organisée sur l'initiative de l'International Fact-Checking Network (IFCN).

⁴⁸⁷ « *It is too early to make strong predictions, but fully automated factchecking when achieved seems likely to use a combination of these approaches. In the meantime, reference approaches and, in a slightly different domain, contextual approaches seem closest to delivering real products now, while the forefront of research seems to be more in machine learning and statistical approaches.* »
BABAKAR Mevan, MOY Will, *The State of Automated Factchecking: How to Make Factchecking Dramatically More Effective with Technology We Have Now*, Full Fact, 2016, p. 19. Disponible sur: https://fullfact.org/media/uploads/full_fact-the_state_of_automated_factchecking_aug_2016.pdf (page consultée le 30 septembre 2017).

En France également, de tels projets, souvent fondés sur l'*open data*, suscitent l'intérêt des médias fact-checkeurs. *Le Monde* et « Les Décodeurs » tout particulièrement, sont associés à un projet au long cours⁴⁸⁸ conduit par l'Institut national de recherche en informatique et en automatique (Inria), à travers le projet baptisé « ContentCheck » et soutenu par l'Agence nationale de la recherche (ANR). Plusieurs laboratoires dotés d'une expertise en gestion de données, en traitement automatique des langues, en raisonnement automatique et en fouille de données, ainsi que des journalistes fact-checkeurs, donc, travaillent ainsi pendant quatre ans à la mise en œuvre du fact-checking en tant que problème de gestion de données, via des algorithmes innovants de vérification automatique.

Le fact-checking automatisé⁴⁸⁹, en réalité, doit, pour être efficace et rapide, permettre à la machine de déterminer quelles sont les données les plus fiables disponibles pour vérifier l'assertion à laquelle elle est confrontée, puis être en mesure de les comparer à l'information contenue dans cette assertion immédiatement, afin de délivrer au lecteur son verdict. De nombreux paramètres entrent ainsi en ligne de compte et font la complexité de tels projets, dont certains devraient tout de même aboutir à relativement court terme. Pour l'heure, comme ce fut notamment le cas à l'occasion de la présidentielle de 2017 en France, les journalistes fact-checkeurs ont dû miser sur leur propre capacité d'anticipation des thèmes évoqués par les politiques pour tenter de proposer une vérification des débats en direct et permettre aux citoyens de bénéficier des meilleures indications dans les minutes qui suivaient chaque assertion. En effet, la vérification de A à Z, au fil d'un débat nécessite le plus souvent des moyens et du temps long, ce qui ne permet pas de fournir au citoyen l'information dont il a besoin au moment où il en a besoin, en tout cas jamais vraiment en temps réel. De la capacité d'anticipation des journalistes concernés dépend donc la capacité des médias à proposer une analyse en direct des propos tenus par les candidats. Un autre atout réside également dans leur capacité à travailler à partir de données et à les

⁴⁸⁸ LAURENT Samuel, « Le Fact-checking peut-il s'automatiser ? », *J'ai du bon data*, 23 octobre 2015. Disponible sur : <http://data.blog.lemonde.fr/2015/10/23/le-fact-checking-peut-il-sautomatiser/> (page consultée le 7 août 2017).

⁴⁸⁹ Bien d'autres initiatives sont en cours dans ce domaine, y compris à l'échelle européenne, avec le projet Pheme, qui a des partenaires dans sept pays européens pour mieux analyser la propagation des fausses informations à travers les réseaux sociaux en particulier. Disponible sur : <https://www.pheme.eu/> (page consultée le 7 août 2017).

traiter rapidement, ce qui explique l'intérêt des services de fact-checking pour le data-journalisme également.

Toujours est-il que ce raisonnement, qui fait de l'accélération de l'accès à des bases de données et d'informations fiables le préalable à des opérations de fact-checking en direct des débats et discours politiques n'est pas nouveau. Il a déjà conduit nombre de journalistes fact-checkeurs à adopter des systèmes « artisanaux » de fact-checking en temps réel, depuis 2012. Nabil Wakim, rédacteur en chef au *Monde* et fondateur des « Décodeurs », évoque par exemple la possibilité de s'en remettre à des procédures plus rapides « *en réutilisant des choses déjà vérifiées* »⁴⁹⁰. Quant à Jean-Philippe Balasse, pour qui « *la vérification en direct relève du fantasme, compte tenu du temps incompressible de recherche* », il reconnaît : « *C'est possible, uniquement si on dispose d'archives. Sinon il faut anticiper l'interview, mais c'est loin d'être aussi simple !* »⁴⁹¹. Laurent Guimier tient approximativement le même discours : « *La vérification en direct, c'est tentant, mais soit on se trompe, soit on place le curseur très bas... Je l'ai fait quelquefois, mais parce que je disposais d'un référentiel réutilisable immédiatement.* »⁴⁹²

En télévision, l'expérience la plus aboutie de fact-checking en direct a été menée par *France Télévisions*, pour l'émission politique « Des Paroles et Des Actes », sur *France 2*. Pendant que l'invité était interviewé en plateau par le journaliste David Pujadas puis par des chroniqueurs qui intervenaient à tour de rôle, trois fact-checkeurs (dont Nicolas Iommi et Clément Parrot) et un présentateur (Arnaud Boutet) vérifiaient tous les propos énoncés. Ils étaient susceptibles d'intervenir à n'importe quel moment pour apporter, si besoin, la contradiction à l'invité. Il leur suffisait de contacter la régie, qui prévenait David Pujadas qu'un démenti était possible. Pour Nicolas Iommi, ce qui ressort de cette expérience, c'est la difficulté à anticiper les débats :

⁴⁹⁰ Entretien réalisé le 23 octobre 2015.

⁴⁹¹ Entretien réalisé le 31 juillet 2015.

⁴⁹² Entretien réalisé le 23 septembre 2015.

« Nous avons fourni, finalement, beaucoup de travail inutile. Nous avons réuni beaucoup d'informations au cours de la dernière semaine sur les différents thèmes et chiffres qui nous semblaient incontournables. Mais là-dessus, l'invité était lui aussi très préparé et béton. De plus, nous avons une injonction à intervenir à un moment ou à un autre au cours de l'émission. Et, finalement, cela se fait sur des sorties difficiles à préparer, des infos qu'il faut tout de même vérifier en direct. Après, le politique peut se défendre ; ils ont l'habitude de s'en sortir... »⁴⁹³

Cette conception du fact-checking en direct à la télévision semble aujourd'hui avoir vécu. L'accès à des archives et bases de données et d'informations préalablement vérifiées doit prochainement n'être plus qu'une question de technologie. Cela permettra en outre de rendre plus efficace encore ce que font par ailleurs les rédactions sur les réseaux sociaux, dont *Twitter* tout particulièrement, et sur les pages *live* de leur site Internet, pendant les débats, à savoir la rediffusion d'articles de fact-checking déjà réalisés précédemment à propos d'arguments qui sont répétés par les politiques. Cela peut s'effectuer en quelques secondes, à condition de disposer d'un référencement adapté. C'est aussi ce qu'avait mis au point, en 2017, l'École publique de journalisme de Tours (EPJT), avec le portail *Factoscope*⁴⁹⁴. Ce site a compilé, outre ses propres articles de fact-checking, toutes les productions issues des fact-checkeurs français à propos de l'ensemble des candidats à la présidentielle, en permettant aux internautes eux-mêmes de retrouver, sur un second écran, grâce à des filtres (par candidat, par degré de véracité, par thème et/ou par média fact-checkeur) et des mots clés, si telle ou telle information avait fait l'objet d'une vérification et, si oui, si elle était vraie ou fausse. Un travail qui a donné lieu, également, à des *live-tweets* au cours des principaux rendez-vous qui ont précédé l'élection. Grâce à l'automatisation de certains travaux de vérification, il devrait être possible également, prochainement, d'apporter une contradiction plus efficace, en temps réel, aux fausses informations véhiculées et relayées, en dehors des médias traditionnels, sur les réseaux sociaux.

⁴⁹³ Entretien réalisé le 22 avril 2016.

⁴⁹⁴ À consulter sur : <http://rattrapages-actu.fr/factoscope> (page consultée le 7 août 2017)

8.1.3. Des expériences participatives et collaboratives parfois prometteuses

Outre le travail de vérification pratiqué à l'échelle de chaque média fact-checkeur, en particulier ceux qui ont fait l'objet de notre étude de contenus, d'autres initiatives ont été mises sur pied, au cours des dernières années et même des derniers mois, afin de rendre plus efficace le contrôle de la parole publique des personnalités politiques, voire celui d'autres informations, le plus souvent particulièrement virales et diffusées *via* les réseaux sociaux. Les pistes et hypothèses de travail explorées par ces initiatives ont notamment porté sur des approches collaboratives et/ou participatives. Nous entendons par là que ces approches ont soit cherché à inciter les médias fact-checkeurs à unir leurs moyens et savoir-faire pour parvenir à vérifier plus efficacement et parfois plus largement des informations potentiellement fausses (dans le cadre de vastes opérations de *debunking* par exemple), soit elles ont souhaité fédérer la plus vaste communauté d'internautes autour d'un projet participatif de vérification des propos et actions à l'initiative des responsables politiques ou d'autres sources discutables. Parfois même, il s'est agi de mixer ces deux approches, tantôt pour bénéficier des éclairages et des connaissances du public, susceptible de fournir des pistes de recherche aux journalistes, tantôt pour que les professionnels puissent mieux se mettre au service du grand public, en s'engageant à répondre à ses propres interrogations et en acceptant, donc, d'être guidés vers des pistes de vérification jugées utiles pour le plus grand nombre.

Toutefois, avant d'entrer dans les détails des approches participatives en particulier, nous nous permettons de rappeler certaines idées qui ont présidé à la naissance du fact-checking politique moderne. En effet, aux États-Unis, ce ne sont en réalité pas des médias traditionnels qui ont été moteurs de cette pratique ; ce sont le plus souvent des initiatives « universitaires » ou « citoyennes » qui ont pris les devants. Ainsi, l'une des premières initiatives a été le *pure-player Spinsanity.org*, fondé en 2001, par trois jeunes diplômés de l'université, comme « *un site watchdog non partisan destiné à démêler les déclarations trompeuses des politiciens, des experts et de la presse.* »⁴⁹⁵

⁴⁹⁵ « *A nonpartisan watchdog dedicated to unspinning misleading claims from politicians, pundits and the press.* » FRITZ Ben, KEEFER Bryan, NYHAN Brendan, « About Spinsanity », *op.cit.*

Ainsi que nous l'avons mentionné dans la première partie de notre travail, cette initiative va être clôturée en 2005 avec un appel à la création d'un réseau de blogs et à un engagement citoyen. À l'évidence, et alors qu'ils vérifiaient eux-mêmes les contenus journalistiques, les fondateurs de ce tout premier site de fact-checking politique ne considéraient donc pas forcément qu'il devait s'agir-là d'une pratique que devaient s'approprier les médias eux-mêmes, mais plutôt le public au sens le plus large.

Ce positionnement plus citoyen que médiatique a présidé également à la création de *FactCheck.org*, dont nous avons déjà décrit l'ambition plus haut également, avec notamment le but affirmé de « *mettre en application conjointement les meilleures pratiques du journalisme et du monde académique pour ainsi augmenter le niveau de connaissance et de compréhension du public.* »⁴⁹⁶ Michelle A. Amazeen rappelle, dans certains de ses travaux, ce qu'envisageaient initialement les fondateurs de *FactCheck.org*, alors qu'Internet n'était pas encore l'outil de diffusion du travail journalistique qu'il est devenu aujourd'hui :

*« Ils ne pensaient pas qu'ils seraient en mesure d'atteindre directement le public et de ce fait ils ont encouragé les journalistes ainsi : « Volez notre travail ! Servez-vous ! » Alors que les coupes continuent à décimer les effectifs et les ressources dans les rédactions américaines, les journalistes restant peuvent utiliser FactCheck, PolitiFact et le « Fact-Checker » du Post comme des ressources fiables pour poursuivre la tâche chronophage de fact-checking qu'eux-mêmes ne semblent plus en mesure de réaliser. »*⁴⁹⁷

Les choses ne se passeront pas tout à fait comme cela, puisque le grand public va vouloir accéder au site directement, après qu'il ait été cité par les journalistes qui l'utilisaient comme source et également par des politiques, comme Dick Cheney,

⁴⁹⁶ « *Our goal is to apply the best practices of both journalism and scholarship, and to increase public knowledge and understanding.* »
FACTCHECK, « Our mission », *op. cit.*

⁴⁹⁷ « *They did not think they would be able to directly reach the public and therefore encouraged journalists to "please steal our stuff". As cutbacks continue to reduce the staffing and resources in America's newsrooms, the remaining journalists can look to FactCheck, PolitiFact, and the Post's Fact Checker as consistent resources to do the time-consuming task of fact checking that they, themselves, may not be able to do.* »
AMAZEEN Michelle, « Checking the Fact-Checkers in 2008: Predicting Political Ad Scrutiny and Assessing Consistency », *Journal of Political Marketing*, 2014, p. 17

pendant le débat des vice-présidents, en 2014. Mais l'intention initiale, en tout cas, était de créer un outil citoyen de soutien au travail journalistique.

Et ce souci de ne pas forcément se revendiquer « média » lorsqu'on produit du fact-checking politique a traversé l'Atlantique. Ainsi, lorsque le journaliste du *Monde* Nabil Wakim crée « Les Décodeurs », en 2009, c'est à travers un blog qui enquête avec l'aide des internautes, comme le précisait alors son « mode d'emploi » et comme cela a par exemple été mis en œuvre pour démontrer, au bout de plusieurs jours de recherches et de recueils de témoignages, que Nicolas Sarkozy, contrairement à ses dires sur les réseaux sociaux, n'était pas à Berlin le 9 novembre 1989, jour de la chute du mur... Certes, « Les Décodeurs » vont abandonner cette piste du travail en collaboration avec les citoyens, mais beaucoup d'initiatives vont voir le jour en Europe et en France sur un mode participatif par la suite, notamment à l'occasion de la campagne présidentielle de 2012.

Nous rappellerons ici brièvement quelques initiatives déjà évoquées par ailleurs : le site *pure-player Vigie 2012*, qui souhaitait « *décrypter les déclarations des candidats à la lumière de la réalité européenne* »⁴⁹⁸ ; le site *Factwatchers*, qui, à la manière d'une *civic tech*, revendiquait le statut de « *plateforme de fact-checking collaboratif* » et se proposait « *d'améliorer le débat politique* » grâce à des contenus produits par ses créateurs, mais aussi par ses lecteurs »⁴⁹⁹ ; *FactCheckEU*, centrée, elle aussi, sur les politiques européennes, qui évoque une fonction de « *crowd-checking* » ; la *civic tech Vérité Politique*, toujours en activité en 2017, qui condense des données statistiques sur les femmes et hommes politiques ; etc.

Ce que l'on peut retenir de ces premières expériences françaises et européennes de fact-checking participatif et citoyen, c'est qu'elles apparaissent à la fois pertinentes et fragiles. Pertinentes, parce qu'il semble globalement logique de laisser à des contributeurs citoyens un droit de regard et de vérification sur la parole politique exprimée dans l'espace public et les médias. Mais fragiles, parce qu'il s'avère beaucoup plus complexe d'exercer ce contrôle sans moyens importants de

⁴⁹⁸ « Une Vigie européenne, pour quoi faire ? », *Vigie 2012, op. cit.*

⁴⁹⁹ « À propos », *Factwatchers, op. cit.*

coordination et de garantie d'application de règles déontologiques solides. Ne serait-ce que pour assurer la fiabilité de l'outil, ainsi qu'une sorte d'égalité de traitement non partisan. Or, pour l'heure, le modèle pertinent sur ce terrain-là reste à créer.

C'est dans ce contexte que sont nées en 2016 et 2017 des opérations de plus grande ampleur, destinées à tenter de juguler la propagation des *fake news* et *false news*, grâce à un mode de fonctionnement à la fois participatif (qui fait appel au grand public) et collaboratif (qui invite les professionnels à travailler de concert). Ces initiatives sont portées par les géants d'Internet et des réseaux sociaux – *Google* et *Facebook* en particulier – après qu'ils ont été montrés du doigt lors de leur contribution involontaire à la propagation de fausses informations, à la fois lors du vote en faveur du Brexit au Royaume-Uni et à la fois lors de l'élection de Donald Trump à la présidence des États-Unis. Chaque fois, en effet, les dispositifs médiatiques de fact-checking n'ont pu parvenir à enrayer la crédulité des électeurs vis-à-vis de déclarations tantôt fausses, tantôt totalement fantaisistes, abondamment relayées à travers ces outils de communication de masse. Les réseaux sociaux – prioritairement *Facebook* et *Twitter* – ont tout particulièrement été accusés de créer, via les algorithmes qu'ils ont mis en place pour satisfaire les préférences de leurs abonnés, de créer des « bulles filtrantes » qui maintiennent les utilisateurs dans un même cercle de connaissances (système de silos) : chacun est confronté aux mêmes types d'articles et d'informations pour lesquels il a déjà manifesté de l'intérêt auparavant. Nous n'y reviendrons pas davantage ici, mais nous pouvons indiquer qu'à ce titre, *Google* et *Facebook* (parmi les autres GAFA) ont pu être accusés d'avoir, via leurs algorithmes, « *hacké le quatrième pouvoir* »⁵⁰⁰.

Pour ce qui est du réseau social *Facebook*, source d'information privilégiée par 63% des Américains⁵⁰¹, il a annoncé un travail partenarial avec les principaux médias fact-checkeurs mondiaux pour signaler, vérifier puis supprimer les fausses informations circulant dans son fil d'actualité et mises en exergue, partagées par les utilisateurs. Ces derniers disposent ainsi, indirectement, d'une influence sur l'algorithme qui

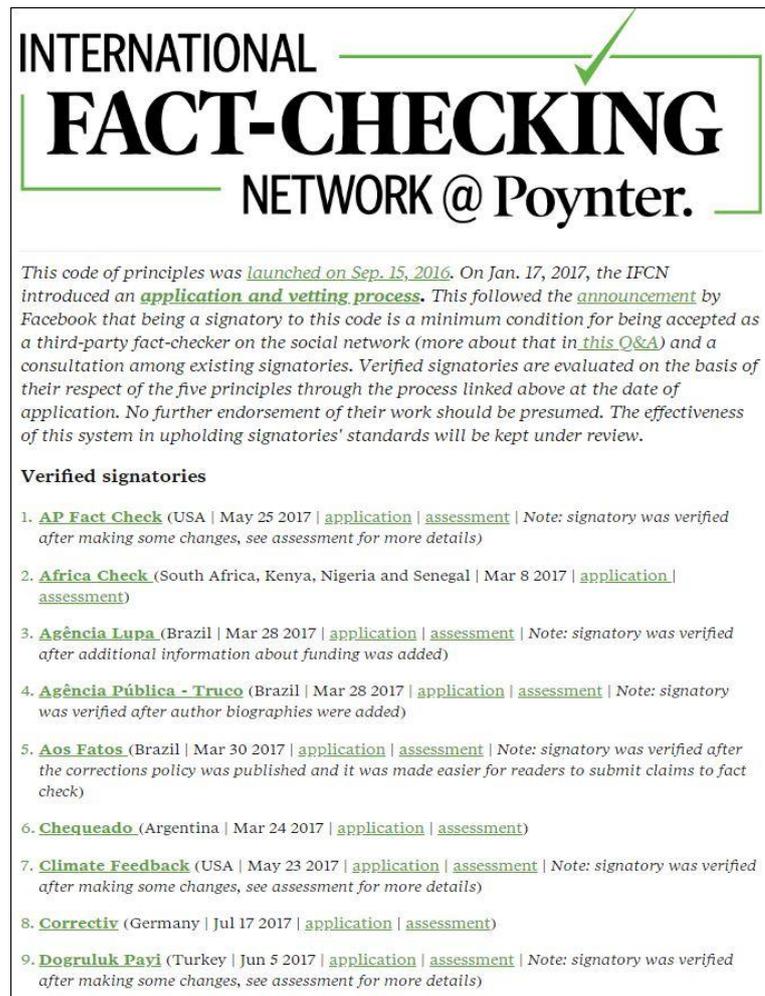
⁵⁰⁰ LAUGÉE Françoise, « Post-vérité », *La revue européenne des médias et du numérique*, 41, hiver 2016-2017.

⁵⁰¹ MITCHELL Amy (dir.), *The Evolving Role of News on Twitter and Facebook*, *op. cit.*, p. 2

préside à la mise en avant de certains contenus dans le fil d'actualité. Cette initiative a d'abord été déployée aux États-Unis, puis en Allemagne et, en mars 2017, en France, en prévision de l'élection présidentielle. L'entreprise américaine a exposé quatre objectifs, à savoir : *« faciliter les signalements par les utilisateurs, travailler avec des organisations tierces compétentes dans la vérification des informations, indiquer au grand public les informations contestées et limiter les gains financiers pour les auteurs de fausses informations »*. Le tout en se disant convaincu qu'*« une approche collaborative, avec tous les acteurs concernés, permettra de lutter efficacement contre les fausses informations »*.

L'un des aspects inédits de cette expérimentation réside dans le fait de faire coopérer les citoyens – ce que le réseau social appelle *« la communauté »* – avec des organisations tierces, des médias fact-checkeurs invités à vérifier, *via* un outil dédié, des informations signalées par les utilisateurs. Les utilisateurs de *Facebook* peuvent cliquer dans la partie située en haut à droite des posts consultés, sélectionner, dans le menu déroulant, la fonction *« signaler la publication »*, puis répondre à la question *« que se passe-t-il ? »* en cochant la proposition *« il s'agit d'une fausse information »*. Une fois remise en cause par deux fact-checkeurs, une information douteuse apparaît ainsi contestée dans le fil d'actualité et la mention *« contesté par des tiers »* apparaît au moment où un partage est sollicité.

Un autre aspect inédit de cette expérimentation réside dans le fait que les tierces parties appelées à vérifier, c'est-à-dire les médias fact-checkeurs partenaires, doivent disposer d'une expertise dans la vérification d'informations, attester de la conformité de leur travail avec le code de principes de l'International Fact-Checking Network, adopté par ce réseau en septembre 2016. Ainsi, dans le monde entier, des médias ont été appelés à candidater auprès de l'IFCN, répondre à un questionnaire et à demander à être *« audités »* pour ensuite être éventuellement acceptés au sein de la liste des signataires de ce code. Ce processus est expliqué sur le site de l'IFCN (voir également annexe 6).



**INTERNATIONAL
FACT-CHECKING
NETWORK @ Poynter.**

This code of principles was [launched on Sep. 15, 2016](#). On Jan. 17, 2017, the IFCN introduced an [application and vetting process](#). This followed the [announcement](#) by Facebook that being a signatory to this code is a minimum condition for being accepted as a third-party fact-checker on the social network (more about that in [this Q&A](#)) and a consultation among existing signatories. Verified signatories are evaluated on the basis of their respect of the five principles through the process linked above at the date of application. No further endorsement of their work should be presumed. The effectiveness of this system in upholding signatories' standards will be kept under review.

Verified signatories

1. [AP Fact Check](#) (USA | May 25 2017 | [application](#) | [assessment](#) | Note: signatory was verified after making some changes, see assessment for more details)
2. [Africa Check](#) (South Africa, Kenya, Nigeria and Senegal | Mar 8 2017 | [application](#) | [assessment](#))
3. [Agência Lupa](#) (Brazil | Mar 28 2017 | [application](#) | [assessment](#) | Note: signatory was verified after additional information about funding was added)
4. [Agência Pública - Truco](#) (Brazil | Mar 28 2017 | [application](#) | [assessment](#) | Note: signatory was verified after author biographies were added)
5. [Aos Fatos](#) (Brazil | Mar 30 2017 | [application](#) | [assessment](#) | Note: signatory was verified after the corrections policy was published and it was made easier for readers to submit claims to fact check)
6. [Chequeado](#) (Argentina | Mar 24 2017 | [application](#) | [assessment](#))
7. [Climate Feedback](#) (USA | May 23 2017 | [application](#) | [assessment](#) | Note: signatory was verified after making some changes, see assessment for more details)
8. [Correctiv](#) (Germany | Jul 17 2017 | [application](#) | [assessment](#))
9. [Dogruluk Payı](#) (Turkey | Jun 5 2017 | [application](#) | [assessment](#) | Note: signatory was verified after making some changes, see assessment for more details)

Capture 21. La procédure de labellisation des sites de fact-checking sur le site de l'IFCN (page consultée le 11 septembre 2017).

En France, par exemple, alors que huit médias étaient volontaires pour intégrer ce processus (*AFP, BFM TV, L'Express, France 24, France Télévisions, Libération, Le Monde* et *20 Minutes*), seuls trois ont pu attester de leurs capacités à mettre en œuvre ce code de principes (*France 24, Libération, Le Monde*) à l'été 2017, tandis que deux ont été rejetés (*L'Express, 20 Minutes*) et qu'un dernier s'est vu demander des ajustements (*France Info*) ; le dossier de l'*AFP* est en cours d'instruction ; les autres n'ont pas postulé. À l'échelle mondiale, une trentaine de médias seulement ont reçu, mi-2017, l'accord de l'IFCN, selon lequel ils respectent les cinq règles de son code de principes, sur un total de 43 postulants originaires d'une trentaine de pays également.

Mais *Facebook*, qui serait sur le point, en 2017, de payer ce travail de vérification collaboratif et participatif aux médias fact-checkeurs partenaires⁵⁰² (jusqu'alors il ne s'agissait que d'une phase expérimentale), est également impliqué dans le programme « CrossCheck », soutenu par le réseau *First Draft*⁵⁰³ et par le *Google News Lab*. « CrossCheck » est une opération de fact-checking collaboratif et participatif, lancée le 28 février 2017 pour permettre aux journalistes et à tout citoyen d'interpeller via une seule et même plateforme l'ensemble des rédactions partenaires pour leur soumettre des faits (politiques ou non) à vérifier. Dès lors, ces médias réalisent une vérification croisée de l'information douteuse et, dès que deux d'entre eux au moins sont parvenus à une conclusion identique, le fact-check est utilisable et publiable par tous les autres partenaires et consultable par les citoyens en un seul et même lieu : le site « CrossCheck ».

Les véritables innovations de ce programme résident dans l'accès facilité à des outils performants et innovants de vérification de l'information (textes, images, vidéos, etc.), des sessions de formation de nombreux journalistes, y compris représentant des médias qui produisaient jusqu'alors peu ou pas de fact-checking, la mise en place et l'animation de plateformes d'échanges et de partage d'informations performantes (« équipe » sur la plateforme de communication collaborative *Slack* et, surtout, le site « Check », conçu pour faciliter le *workflow*, découper et se répartir les tâches de vérification pour chaque information déclarée suspecte, en gardant la trace des interventions de chacun). Quelque 118 personnes – essentiellement des journalistes – ont ainsi pu échanger sur l'outil *Slack* de « CrossCheck » (plateforme de partage d'informations), opération qui aura duré pendant les dix semaines de la campagne électorale et aura permis de vérifier plus de 60 informations douteuses.

⁵⁰² SEETHARAMAN Deepa, « Facebook Drowns Out fake News With More Information », *Wall Street Journal*, 2017. Disponible sur : <http://on.wsj.com/2xRpach> (page consultée le 3 août 2017).

⁵⁰³ *First Draft* est une organisation américaine à but non lucratif, un réseau et un centre de ressources qui affiche la volonté de proposer des conseils pratiques et éthiques au sujet de la recherche, de la vérification et de la publication d'informations provenant des réseaux sociaux. Son travail se concentre notamment sur : les images attribuées erronément ou manipulées, largement diffusées en ligne ; les photos et les vidéos réalisées par des témoins sur le lieu d'un événement ; les informations et le contenu partagés sur les réseaux sociaux et au moyen d'applications de messagerie privées ; les fausses informations et les canulars produits à des fins financières ou politiques. Informations sur ce réseau disponibles sur : <https://fr.firstdraftnews.com/a-propos/#core> (page consultée le 21 juillet 2017)

Capture 22. Le site de l'opération CrossCheck (page consultée le 11 septembre 2017).

Surtout, pour la première fois d'une manière aussi évidente – puisque l'opération a été testée en France, avant d'être reprise ailleurs – cette opération a permis à de nombreuses rédactions de presse nationale, régionale et même internationale, ainsi qu'à des étudiants d'écoles de journalisme, de collaborer sur une production d'informations commune, sur le modèle de l'intelligence en essaim. L'idée était en effet de publier sur le site de « CrossCheck » et sur les sites des partenaires, des informations vérifiées estampillées avec les logos de chacun des médias qui approuvaient ces travaux de fact-checking. Il est ainsi apparu aux utilisateurs, malgré une implication des rédactions à des degrés très divers, qu'il n'y avait pas réellement de stratégie de scoop face à une matière telle que les productions dites de *debunking*,

de démystification des rumeurs. Tous les médias ont intérêt à collaborer dans ce domaine, sous peine d'être eux-mêmes victimes de la transmission d'une fausse information.

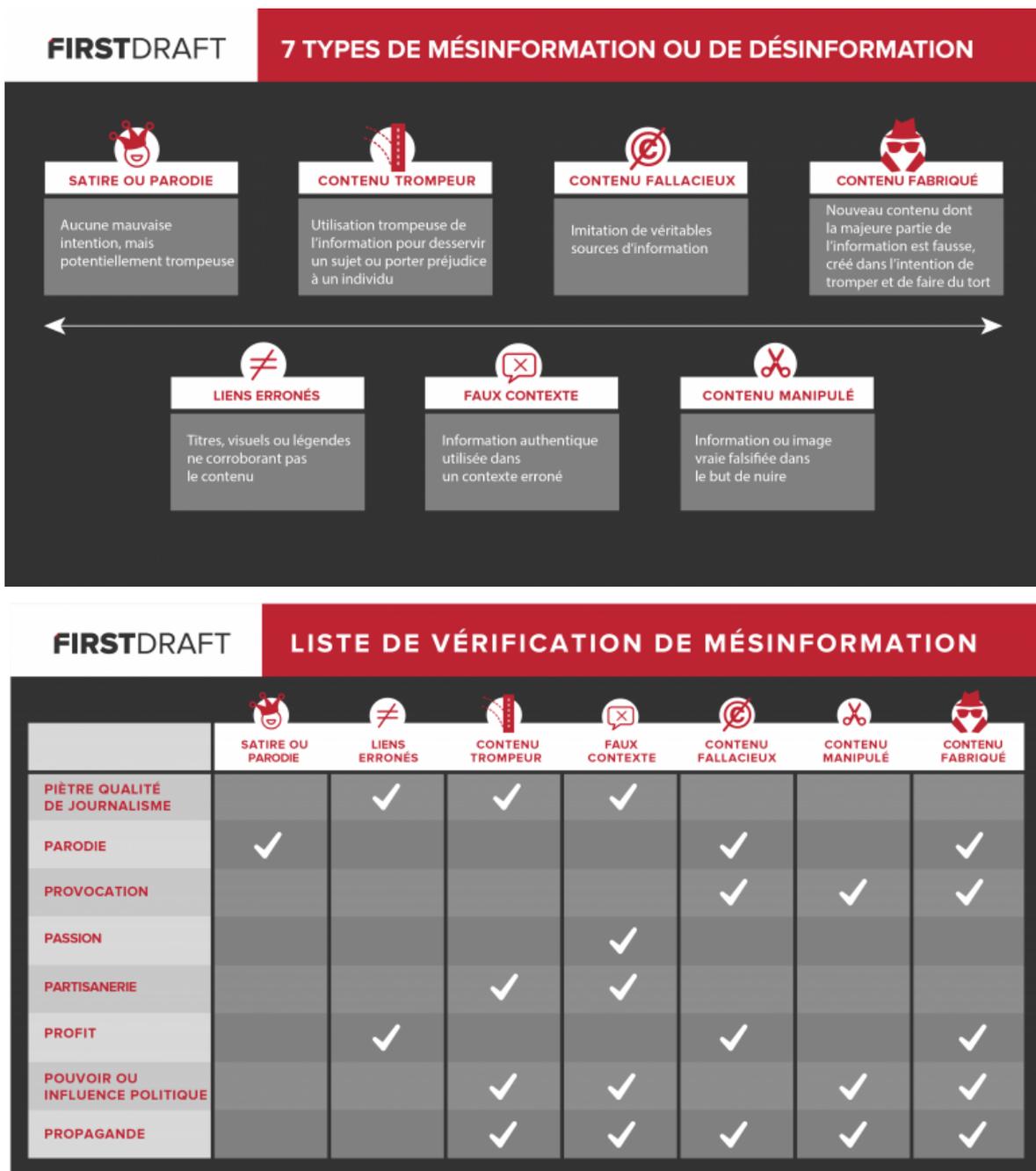
En définitive, « CrossCheck », qui a fonctionné à l'occasion d'une campagne électorale, en l'occurrence présidentielle, n'a pas réellement permis de produire du fact-checking politique à proprement parler. Mais ce programme a en revanche davantage axé son travail de vérification sur la traque des fausses informations circulant sur Internet et les réseaux sociaux, ces derniers étant apparus comme les plus visibles et les plus néfastes pour le débat démocratique à l'occasion du Brexit et de l'élection américaine. En ce sens, cette initiative rejoint celle de *Facebook* et d'autres encore, qui élargissent délibérément – à nouveau, en somme – le champ d'action des journalistes fact-checkeurs, sans savoir si toutefois il existe une chance de venir à bout d'une telle profusion d'informations erronées ou de mensonges, tant ils sont innombrables.

Pour « CrossCheck », les journalistes ont pu se rendre compte de leur profusion et mesurer leur vitesse de propagation grâce à des outils comme « Google Trends » (qui permet de connaître la fréquence à laquelle un terme a été tapé dans le moteur de recherche Google) ou, surtout le tableau de bord « Spike », de la société *Newswhip* (qui permet de prédire, grâce à une observation fine des réseaux sociaux *Facebook*, *Twitter*, *Reddit*, *Instagram* et *YouTube*, les sujets et les histoires qui vont susciter le plus fort engagement dans les heures et jours à venir).

Il nous faut enfin citer deux autres initiatives complémentaires, toujours issues de *Google* et de *Facebook*. La première concerne l'utilisation d'un mot-clé (*tag*) « Fact Check » dans les résultats de recherche de *Google Actualités*, à compter de novembre 2016⁵⁰⁴. Cette initiative, d'abord conduite aux États-Unis, en France et en Allemagne, a depuis avril 2017 été étendue au monde entier et aussi pour l'onglet « Actualités » du mode *search*, c'est-à-dire l'ensemble des recherches effectuées par les internautes. S'il n'est pas évident jusqu'à présent d'observer fréquemment cet outil à l'œuvre en France, *Google* assure qu'il travaille d'ores et déjà à relayer prioritairement les

⁵⁰⁴ KOSSLYN Justin, YU Cong, « Fact Check now available in Google Search and News around the world », *Blog.Google*, 2017. Disponible sur : <https://www.blog.google/products/search/fact-check-now-available-google-search-and-news-around-world/> (page consultée le 7 août 2017).

travaux des « Décodeurs » du *Monde*, « Désintox » de *Libération*, « Le Vrai du Faux » de *France Info*, voire « Les Observateurs » de *France 24*, *Facta Media* et *Lui Président*.



Capture 23. Typologie des contenus de mésinformation et désinformation selon FirstDraft (page consultée le 10 octobre 2017).

L'autre initiative complémentaire, elle, est une extension de ce que *Facebook* a baptisé « Related Articles » et qui complète désormais, depuis août 2017, le côté participatif des signalements d'informations potentiellement fausses par les utilisateurs. Cette fois-ci, un algorithme et un procédé d'apprentissage automatique permettent de détecter les *posts* qui véhiculent de fausses informations potentielles pour les soumettre aux médias tierces parties en charge de la vérification, et également de placer d'autres articles sur le même thème en dessous de chaque *post* suspect, avant même qu'il ait été lu par l'abonné. Ainsi, ce dernier sait d'emblée qu'il a potentiellement affaire à une information discutable⁵⁰⁵ et discutée. Il peut prendre conscience du millefeuille argumentatif⁵⁰⁶ présent sur les réseaux et chercher à y voir plus clair par lui-même en s'en remettant à une source plus fiable.

C'est donc, aujourd'hui, la communauté des fact-checkeurs dans son ensemble qui est sollicitée, en particulier par les principaux « infomédiaires » pour contribuer à assainir l'accès à l'information. Mais pas seulement. En effet, ce sont aussi les utilisateurs qui sont appelés à faire preuve de vigilance et à développer, conjointement avec les géants des réseaux sociaux et d'Internet, une œuvre collective de vérification de la parole politique et de l'information en général. Ce « crowd-checking » ou « fact-checking citoyen » semble donc désormais devoir s'appuyer sur les outils contributifs que sont ces réseaux sociaux et invite les journalistes également à adopter un mode de travail participatif et collaboratif qui rejoint le dessein des premières initiatives en matière de fact-checking moderne. Ces médias, certes, ne sont pas forcément assistés des citoyens pour vérifier par eux-mêmes, mais pour que soient signalées les informations dont la véracité semble discutable. Cette sorte de répartition des tâches, en quelque sorte, pourrait préfigurer ce que (re)deviendra, sous la houlette d'une meilleure compréhension et d'une appropriation citoyenne, le fact-

⁵⁰⁵ SU Sarah, « News Feed FYI: New Test With Related Articles », *Newsroom.FB*, 2017. Disponible sur : <http://bit.ly/2fDtNwJ> (page consultée le 7 août 2017).

⁵⁰⁶ Le mille-feuille argumentatif a notamment été théorisé par le sociologue Gérard Bronner dans ses publications et ouvrages (dont *La Démocratie des Crédules*, 2013) en lien avec les théories du complot. Il y cite notamment l'américain Charles Fort – il parle d'effet « Fort » - qui a passé sa vie à défendre les thèses les moins défendables comme la platitude de la Terre. Son relativisme était construit sur des arguments tous aussi fragiles les uns que les autres, mais innombrables et donc susceptibles, finalement, de semer le trouble.

checking de demain pour favoriser la lutte contre la désinformation et « l'établissement d'une vérité des faits acceptée par tous »⁵⁰⁷.

8.2. La plus-value concurrentielle de l'information vérifiée

8.2.1. Les essais concluants de quelques stratégies plus qualitatives

Ainsi que nous l'avons démontré au cours des précédents chapitres, l'histoire du journalisme, depuis le XIX^e siècle notamment, a donné lieu à différents modes d'expression de la fonction de vérification. Selon nous, le fact-checking est une étape supplémentaire et complémentaire du travail de vérification qui peut être accompli par les journalistes au sein des rédactions. Un temps considéré comme un exercice à part, du fait de sa spécialisation essentiellement politique – qui reste la plus répandue aujourd'hui – il a tendance aujourd'hui à opérer un glissement vers des champs d'action plus vastes, qui comprennent les rumeurs et fausses informations qui circulent sur Internet et les réseaux sociaux. Entre-temps, le développement du fact-checking a suscité une forte prise de conscience au sein des rédactions, appelées à renouer avec des méthodes et des réflexes de vérification plus pertinents, et permis à une nouvelle génération de journalistes de se saisir d'outils en mesure de les conduire à regagner la confiance du public.

Autrement dit, le fact-checking s'inscrit pleinement dans un processus, un *work in progress*, et n'est plus uniquement l'exercice codifié et politico-centré qu'il était à sa renaissance au début des années 2000, aux États-Unis. Les manquements professionnels qu'il a mis en avant en une vingtaine d'années conduisent aujourd'hui des rédactions à en faire à nouveau un outil prépondérant afin de reconstruire, consolider et rendre plus attractive et plus convaincante pour le grand public leur offre éditoriale. La stratégie d'affichage que nous avons évoquée pourrait ainsi laisser la place à une stratégie éditoriale plus globalement tournée vers la collecte et la diffusion de contenus vérifiés et fiables, les seuls à-même de générer une plus-value pour les entreprises du secteur des médias. Et s'il est bien entendu trop tôt pour

⁵⁰⁷ HUYGUE François-Bernard, *La désinformation : les armes du faux*, Paris, Armand Colin, 2016, 192 p.

entériner une telle conclusion, l'observation et les discours des acteurs, eux, le laissent penser.

Ainsi, cette prise de conscience a déjà été observée à travers les études sur les effets du fact-checking. Certes, celles-ci ont le plus souvent été orientées à la fois vers les politiques, certes, mais aussi vers le public, pour ce qui concerne d'une part les comportements et les discours et d'autre part les convictions profondes et les intentions électorales. Mais elles ont aussi, parfois, souligné le versant médiatique de cet exercice nouveau de vérification. Sans avoir cherché à explorer, pour l'heure, ce que le fact-checking apporte à l'image et à la confiance que le public accorde aux médias, ces études ont tout de même cité ses effets sur les professionnels de l'information eux-mêmes, leur façon de concevoir leurs métiers, leurs fonctions. Nous pouvons, à titre d'exemple, citer Michelle A. Amazeen, qui proposait, en 2013, une évaluation critique du fact-checking pendant la campagne présidentielle de 2012 aux États-Unis :

« Au minimum, le fact-checking est devenu de plus en plus accessible au public et peut parfois inciter les responsables politiques à être plus précis dans leurs déclarations. Cependant, certains responsables politiques et publics ont résisté au fact-checking et l'ont même rejeté. Enfin, et c'est peut-être le plus important, le fact-checking a profondément influencé le journalisme, le métier dont il a émergé, en révolutionnant ses conventions et en encourageant les journalistes à mettre en cause la responsabilité des politiques. En fin de compte, le degré d'influence du fact-checking dépend de ce que nous, en tant que citoyens, politiques et journalistes, faisons de lui. »⁵⁰⁸

Cette influence sur le journalisme, qui semble dans ce cas être l'effet constaté avec le plus d'évidence, nous avons pu la percevoir également à travers nos propres constatations, que ce soit à travers notre observation des évolutions du paysage

⁵⁰⁸ « At a minimum, factchecking has become increasingly accessible to the public and may sometimes spur political operatives to be more accurate in their claims. However, some members of the public and political operatives have resisted fact-checking and even pushed back against it. Finally, and perhaps most importantly, fact-checking has deeply influenced journalism, the profession from which it emerged, by revolutionizing its conventions and encouraging reporters to hold politicians accountable. Ultimately, the degree to which fact-checking matters depends upon what we - as citizens, politicians, and journalists - do with it. »
AMAZEEN Michelle, « Making a Difference? A Critical assessment of Fact-Checking in 2012 », *New America Foundation*, 2013, p. 26

médiatique en général lors de ces dernières années, mais aussi à travers les propos des professionnels rencontrés, ainsi qu'à travers l'exemple d'un média qui a replacé la vérification de l'information en tête de ses priorités, de manière assez spectaculaire et avec des résultats concluants.

Sans que cela soit clairement le cœur de notre sujet, nous commençons donc par rappeler une initiative unanimement saluée, ces dernières années, dans les colloques et conférences organisées autour du journalisme et de l'information, comme les « Assises du Journalisme » par exemple, ou encore les « Journées annuelles de la presse en ligne », organisées par le Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne : le succès du site *pure-player Mediapart*. Sans trop entrer dans le détail, il est intéressant de rappeler qu'il s'agit probablement là d'une des preuves les plus flagrantes qu'un modèle de média fondé sur un travail journalistique rigoureux et qui n'ambitionne de tirer des recettes que des abonnements de ses lecteurs peut fonctionner.

En termes de résultats, nous précisons que *Mediapart* a créé, en 9 ans, 74 emplois, dont 45 postes de journalistes, que son chiffre d'affaires et son nombre d'abonnés étaient en croissance de 10% en 2016, alors qu'il connaissait sa sixième année consécutive d'exercice bénéficiaire. Le tout est réalisé sans publicité et dans le cadre d'un capital détenu en minorité seulement par des investisseurs, qui se retirent progressivement. Compte-tenu des crises conjoncturelle, structurelle puis éditoriale qu'a traversées la presse – ainsi que nous l'avons décrit dans la première partie de notre travail – ce média nous semble donc indiquer qu'une stratégie plus axée sur la qualité de l'information peut porter ses fruits, peut s'avérer viable, peut générer une plus-value concurrentielle. C'est d'ailleurs ce que proclamait Edwy Plenel au moment de célébrer les neuf ans du site qu'il a co-fondé en 2008 :

« Mediapart n'a pas seulement contredit les analystes qui ne croyaient pas au modèle économique payant pour la presse numérique. Il a aussi démenti ceux qui remettaient en cause la tradition d'un journalisme de qualité au prétexte de la révolution digitale, ne jurant plus que par les formats courts et les contenus éphémères, l'immédiateté et le flux, le zapping et le buzz, le commentaire et le divertissement. Mediapart a fait le pari inverse : un journalisme approfondi et enrichi, utilisant toutes les

potentialités du numérique pour ressourcer et défendre le meilleur de nos valeurs professionnelles. »⁵⁰⁹

Il nous semble qu'il y a dans ce discours un point de vue qui, non seulement tranche fortement avec les stratégies déployées, sur la même période par de très nombreux titres de presse (en particulier leurs stratégies sur le web), mais qui rejoint par ailleurs très fortement celui que défendent les journalistes convaincus d'être sur la bonne voie pour rejoindre leur public, en promouvant le fact-checking. Les journalistes Kim Biegatch, qui travaille pour *Europe 1* et Antoine Krempf, pour *France Info*, ne disent pas autre chose. Pour la première, « *les journalistes sont au début de quelque chose d'un peu nouveau, qui se distille actuellement dans tous les services ; d'ailleurs certains confrères du web viennent nous voir pour savoir comment s'y prendre* »⁵¹⁰.

Quant au second, il observe :

« La philosophie du fact-checking fait partie de France Info, la compréhension, le décryptage, les clés pour comprendre, en plus du flux d'infos. Dans un contexte global de méfiance face aux journalistes et aux politiques, l'ensemble des journalistes va vers les infos fiables, sérieuses, recoupées, etc. »⁵¹¹

Ce dernier travaille d'ailleurs au sein d'une chaîne de radio d'information en continu qui semble aujourd'hui vouloir faire de la stratégie mieux-disante que nous évoquons, une marque de fabrique pour l'ensemble de ses contenus. Bien entendu, d'autres médias cherchent aujourd'hui à orienter leur travail dans ce sens, alors que les stratégies de gratuité et de diffusion d'informations non-vérifiées, pour créer du trafic et attirer des revenus publicitaires indexés sur le nombre de clics, ont montré leurs limites. Mais tous n'ont pas développé pour l'heure une réflexion et des actions aussi construites que ne l'a fait *France Info*, en se basant qui plus est, très fortement sur un principe, au cœur de cette nouvelle stratégie : la vérification de l'information.

⁵⁰⁹ PLENEL Edwy, « Mediapart a neuf ans : nos comptes, nos résultats », *Mediapart*, 9 mars 2017. Disponible sur : <https://blogs.mediapart.fr/edwy-plenel/blog/090317/mediapart-neuf-ans-nos-comptes-nos-resultats> (page consultée le 8 août 2017).

⁵¹⁰ Entretien réalisé le 23 octobre 2015.

⁵¹¹ Entretien réalisé le 20 juillet 2015.

Au sein de cette radio, créée en 1987 – elle fête ses 30 ans en 2017 – sur le modèle de l’information en continu et l’utilisation des dépêches *AFP*, une nouvelle conception de l’information a été mise en place à compter du 1^{er} janvier 2015, avec la création de l’« Agence *France Info* ». Sous l’impulsion de Laurent Guimier, créateur des rubriques de fact-checking au *Journal du Dimanche* et à *Europe 1*, nommé directeur de la station en mai 2014, une nouvelle conception de la vérification et de la certification de l’information est mise en œuvre :

« Finalement, le fact-checking débouche sur plein de questions sur la vérification et la production même de l’information C’est pour ça qu’on a enclenché ça, ici, il y a un an et demi, parce que moi je venais avec ça dans la tête, cette idée que je passais mon temps à écouter les bêtises sur les antennes et qu’il fallait se demander comment faire en sorte d’améliorer notre capacité à dire le moins de bêtises possible. »⁵¹²

Ce qui se passe alors au sein de *France Info* est particulièrement intéressant, car, au-delà de la question personnelle, qui conduit un ancien fact-checkeur à entamer immédiatement, une fois à la tête d’un média, un chantier de vérification des informations produites par ses équipes, le cheminement qui conduit à la création de l’« Agence *France Info* » apparaît comme un retour aux sources et aux principes fondamentaux du fact-checking. En effet, cette agence, opérationnelle depuis le 12 janvier 2016, a pour mission d’organiser la circulation et la certification de l’information diffusée par les équipes de *France Info* (radio, TV, web et réseaux sociaux).

Autrement dit, elle produit ses propres dépêches (15 000 environ la première année, soit 40 par jour), complémentaires et prioritaires sur celles de l’*AFP*, à partir des infos communiquées par ses reporters sur le terrain, à partir des interventions en direct à l’antenne (déclarations des invités notamment) et à partir des productions des médias du même groupe ou concurrents, le tout étant vérifié par une équipe d’une quinzaine de journalistes. Ces dépêches sont ensuite intégrées à un fil dédié et intercalées au fil des agences de presse utilisées en interne (*Reuters*, *AFP*), tous les jours, de 6 h à minuit.

⁵¹² Entretien réalisé le 23 septembre 2015.

La journaliste Estelle Cognacq, rédactrice en chef de cette agence, explique ainsi son travail :

« Nous sommes là, en quelque sorte, pour certifier la production d'informations en interne. La priorité n'est plus d'être les premiers, mais de délivrer une info vérifiée, certaine. La charte que nous avons créée sur le traitement de l'info chaude précise d'ailleurs ces aspects. France Info, pendant longtemps, n'a pas eu cette exigence, ne se posait pas ces questions. L'affaire Bouygues et bien d'autres, et les attentats depuis Charlie, aussi, nous ont confortés dans notre démarche. »⁵¹³

En somme, cet exemple montre comment un média fact-checkeur, dirigé par un nouveau directeur qui a lui-même créé deux formats de fact-checking au cours de sa carrière, en vient, après 30 années d'existence, à s'interroger sur le sens de sa production d'informations, puis recrée un parcours de l'information plus propice à la vérification. À travers cette réflexion, *France Info* démontre, en quelque sorte, à quel point le fact-checking moderne (vérification en aval, après diffusion, des propos tenus par d'autres dans un autre média) n'est pas si déconnecté du fact-checking des origines (vérification en amont, avant publication ou diffusion, de ses propres contenus).

La chaîne publique d'information en continu, au moment où elle prend conscience de la nécessité de crédibiliser son antenne, en vient à renouer (sans forcément le dire ni même le savoir – avec des aspects originels du fact-checking, et surtout des aspects du métier manifestement mis de côté et qui, entre-temps, ont généré des erreurs, des ratages dans la transmission d'informations erronées, etc. Elle l'a d'ailleurs fait avec succès, semble-t-il, puisque, selon les derniers sondages Médiamétrie, la chaîne est en progression constante et a réalisé, en avril-mai-juin 2017, sa meilleure audience depuis dix ans (8,9% d'audience cumulée), en progression de 1,4 point sur l'année écoulée. Elle enregistre d'ailleurs également des records sur ses offres numériques

⁵¹³ Entretiens réalisés le 17 mai 2016 et le 9 janvier 2017.

(site et application), à hauteur de près de 20 millions de visiteurs uniques en mai 2017⁵¹⁴.

Quant à Laurent Guimier, il assure vouloir aller plus loin dans le rôle confié au fact-checkeur qui intervient à l'antenne, pour en faire une sorte d'auditeur attentif de l'antenne, chargé du contrôle de la parole d'intervenants extérieurs à l'antenne. « *Si on mixe ces deux types de vérification, celui de l'agence en amont et celui d'un fact-checkeur en aval, on a quelque chose qui commence à ressembler à une notion intéressante* »⁵¹⁵, conclut-il.

Selon nous, une telle approche, couronnée par un succès d'audience, tend à démontrer que la stratégie qui conduit les médias à renouer avec des pratiques de vérification plus complètes que le seul fact-checking politique moderne peut être un gage de succès pour les rédactions. Tout comme, la stratégie qui consiste à renouer avec quelques préceptes fondamentaux du journalisme et de l'indépendance journalistique s'est avérée payante également, pour le site *Mediapart*. Dans ces conditions, il nous semble pertinent d'étudier dans quelle mesure ancien et nouveau fact-checking peuvent redevenir compatibles dans la plupart des autres rédactions.

8.2.2. De l'utilité de renouer avec le fact-checking des origines

Comme le démontrent les exemples précédents, des stratégies mieux-disantes en termes de publication d'informations vérifiées et fiables restent envisagées dans le monde médiatique, même si elles ne sont pas majoritaires. Des entreprises les mettent d'ailleurs en œuvre, parfois d'emblée, dès leur création par des professionnels convaincus qu'il s'agit là de la seule piste d'avenir viable pour le journalisme, parfois, après quelques détours par d'autres voies – celle de l'information en temps réel notamment – et par d'autres professionnels, convaincus, eux, de la nécessité d'un retour à des valeurs fondamentales du métier. Et l'on peut penser que l'avatar moderne et politique du fact-checking aura contribué à maintenir allumée la flamme de la vérification pointue de l'information au sein de nombreuses rédactions.

⁵¹⁴ Les chiffres sont issus de l'enquête « Médiamétrie 126 000 radios », parue en juillet 2017. Disponible sur : <http://www.mediametrie.fr/radio/communiqués/1-audience-de-la-radio-en-france-sur-la-période-avril-juin-2017.php?id=1718> (page consultée le 8 août 2017).

⁵¹⁵ Entretien réalisé le 23 septembre 2015.

Certes, ainsi que nous l'avons vu, l'exercice est bien différent et a perdu du territoire (en se spécialisant) au fil du temps. Mais c'est sans aucun doute pour en regagner après, alors que, face à des événements exceptionnels (attentats, échéances électorales, etc.), il a fallu organiser, un peu tard, la riposte journalistique à la propagation de fausses informations par d'innombrables sources via Internet et les réseaux sociaux. Alors, les rédactions se sont naturellement tournées vers les journalistes qui, au sein de leur effectif, semblaient les mieux en capacité de proposer des contenus solides et vérifiés : les fact-checkeurs. Ceux-ci ont pu alors étendre leur terrain de prédilection, ne plus se cantonner simplement à la politique, mais, également à la faveur d'opérations internationales (*Google*, *Facebook*) ou inter-médias (« CrossCheck »), à l'ensemble des domaines visés par des contre-vérités. Autrement dit, à ce stade, il nous est permis d'avancer et de confirmer qu'il n'y pas, dans l'histoire du journalisme, deux, mais un seul fact-checking, qui, un temps a dû se spécialiser, traduisant des manquements au sein des pratiques professionnelles des rédactions. Un seul fact-checking qui, aujourd'hui, s'apprête à réveiller les rédactions et à mettre ses savoir-faire et ses recettes à la portée du plus grand nombre, à commencer par les journalistes, jusque, parfois, au grand public qui a lui-même besoin de détecter les tromperies et erreurs véhiculées autour de lui. À tout le moins, s'il faut convenir que le fact-checking a bel et bien connu plusieurs incarnations professionnelles, nous faisons le constat que celles-ci sont appelées à cohabiter désormais dans les rédactions, à nouveau, et quelles que soient leurs appellations, pour garantir la vérification de toutes les informations qui émanent des médias. Ce point de vue tend à rejoindre celui énoncé en juillet 2017, par le journaliste Tom Rosenstiel à l'occasion du sommet « Global Fact 4 », le quatrième rendez-vous annuel de l'*International Fact-Checking Network*, à Madrid. Selon lui, en substance, vérifier les faits contenus dans une déclaration a quelque chose de trop restrictif et nécessite d'évoluer vers une pratique plus utile, moins susceptible d'être détournée par les politiques d'ailleurs⁵¹⁶. Il propose de passer d'une approche trop *actor-centric*, centrée sur l'auteur d'une assertion, à une approche *issue-centric*, qui ambitionne de

⁵¹⁶ A ce sujet, voir le compte rendu de l'*Agence Science-Presse*, à propos de l'intervention de Tom Rosenstiel. LAPOINTE Pascal, « Quel avenir pour la vérification des faits ? », *Agence Science-Presse*, 27 juillet 2017. Disponible sur : <http://www.sciencepresse.qc.ca/actualite/detecteur-rumeurs/2017/07/27/avenir-pour-verification-faits> (page consultée le 9 août 2017).

livrer au public les quatre ou cinq points clés contextuels à maîtriser à propos d'un thème donné. Il s'agit alors de dépasser un cadre trop limité de la vérification pour l'élargir, apporter davantage de contenus, un peu comme le font davantage aujourd'hui « Les Décodeurs » du *Monde*, dans leurs articles dits « pédagoges ».

Des médias, en tout cas, comprennent aujourd'hui que vérifier mieux et davantage est leur unique planche de salut s'ils souhaitent valoriser leurs contenus et non plus seulement viser une rétribution via la publicité, alors que cette stratégie est vouée à rapporter de moins en moins. C'est en tout cas ce que tendent à révéler les discours pour l'avenir d'un certain nombre de dirigeants de médias français, tels que ceux qui ont été interrogés, au début de l'année 2017, par les organisateurs des Assises du Journalisme, sur le thème « (S')Informer dans dix ans ». Nous nous permettons de citer ce document ici car l'exercice qu'il propose est à la fois rare et instructif sur la conception que les acteurs de premier plan développent pour anticiper le futur des médias hexagonaux. Franck Annese, dirigeant et co-fondateur du groupe *So Press*, évoque ainsi « *une course à l'information* » et « *un rythme qui méprise la vérification des faits, le temps de l'enquête, la hiérarchie de l'info* », qui auraient tué les médias. Et il souhaite que ces derniers puissent « *réinventer sans cesse la façon de raconter le monde dans lequel nous vivons, avec exigence et déontologie* »⁵¹⁷.

Delphine Ernotte, présidente de *France Télévisions*, ne nie pas non plus « *une vraie zone de turbulences* » à traverser avant de prendre de meilleures résolutions en termes d'information, notamment sur le terrain de la vérification :

« *L'« ubérisation » du journalisme a commencé depuis longtemps et n'est pas prête de s'achever. Cette crise ne remet pourtant pas en cause la nécessité de l'information. Au contraire, dans un monde soumis à un flot continu de sollicitations de l'attention et à une complexité grandissante, et où l'émotion l'emporte trop souvent sur les faits, le besoin d'une information certifiée, transparente, approfondie est plus que jamais vitale aux démocraties. (...) Ce n'est pas la réalité qui doit être obscurcie, la vérité qui doit être relativisée, mais au contraire les fondements même du*

⁵¹⁷ ANNESE Franck, « Manger (trop) Chaud », in BOUVIER Jérôme (dir), *(S')informer dans dix ans : 12 regards vers demain*, Paris, Alliance Internationale de Journalistes, 2017, p. 7

journalisme qui doivent être réaffirmés. La recherche de l'information ignorée ou dissimulée, la détection des signaux faibles ou des mouvements d'opinion, tout comme la vérification, la hiérarchisation et l'explication demeurent ses invariants. (...) L'information dans dix ans sera une information vérifiée, certifiée et triée avant tout par des rédactions et non pas seulement par des algorithmes ou des machines. La généralisation actuelle des fake news doit nous inciter à affirmer que la vérité est un combat. Le service public de l'information doit jouer un rôle décisif dans cette bataille. »⁵¹⁸

Nous avons également retenu la proposition de Laurent Guimier, directeur de *France Info*, qui en appelle à un journalisme à la fois « *de sélection, d'enquête et de débats* » et évoque en particulier le fact-checking, qu'il compare à un « *contrôle qualité* ». Selon lui :

« Les médias ont perdu le monopole de la distribution légitime de la parole publique. (...) Et tout indique que le grand mouvement d'abolition des privilèges journalistiques va encore s'accélérer avec l'arrivée imminente dans la vie active de la première génération qui n'aura pas connu la vie sans Internet. (...) Le journaliste-orpailleur livrera à son public une sélection de pépites pertinentes, authentifiées, traduites dans sa langue maternelle et reconditionnées dans des formats agréables qui restent à inventer. Des pépites authentifiées : c'est tout l'enjeu du moment qui électrise les relations entre médias et politiques à propos des fake news. Pour bannir ces derniers, la pratique du fact-checking, qui reste trop sanctuarisée dans les médias de 2017, sera (enfin !) banalisée dans le journalisme de sélection. Comme le sont les contrôles qualité dans l'industrie alimentaire. Des robots de plus en plus autonomes et performants seront les détecteurs de métaux des rédactions. Orpailleur de

⁵¹⁸ ERNOTTE Delphine, « Renouer la confiance », in BOUVIER Jérôme (dir), *(S')informer dans dix ans : 12 regards vers demain, op. cit.*, p. 23

l'info, le journaliste de sélection sera un anti-alchimiste qui transformera souvent l'or en plomb. »⁵¹⁹

Cette évolution vers des productions médiatiques qui seraient appelées à renouer avec des aspects plus qualitatifs semble encourageante. En tout cas, ceux qui la mettent en avant n'oublient pas de citer le travail de vérification ou de fact-checking qui leur paraît indispensable pour atteindre une telle ambition. Cela correspond en effet aux évolutions que nous avons notées de notre côté, en questionnant la pratique du fact-checking au sein des médias étatsuniens et français en particulier. Si besoin était, nous avons également retenu, au sein de la même consultation des Assises du Journalisme, la confirmation du sociologue des médias Jean-Marie Charon, qui éclaire la plus-value que recèle une information fiable pour les médias qui la produisent :

« La monétisation de l'information est la réponse tant au reflux publicitaire qu'à la gratuité. Dans la mesure où toute information disponible partout a vocation à être gratuite, il n'est d'autre argument pour convaincre un public habitué à cette gratuité que de lui proposer de l'original, du singulier, de l'enrichi. Les stratégies basées sur l'abonnement sont vouées à l'échec avec une offre inchangée. L'enjeu est de concevoir, expérimenter, et développer une information à valeur ajoutée, crédible, compétente, face à un public exigeant, critique, demandeur, prêt à la financer. »⁵²⁰

Et si, pour atteindre cet objectif – comme nous l'avons dit – il s'avère indispensable de renouer avec des modes de vérification plus systématiques et plus pointus, plus proches du fact-checking des origines que du fact-checking politique moderne en termes d'ampleur et d'exhaustivité, il s'avère également indispensable pour les médias de distinguer leurs offres dignes de confiance du tout-venant véhiculé sur Internet et les réseaux sociaux. Nous parlons là de l'ensemble des contenus gratuits,

⁵¹⁹ GUIMIER Laurent, « Informer, s'informer dans dix ans ? », in BOUVIER Jérôme (dir), *(S')informer dans dix ans : 12 regards vers demain, op. cit.*, p. 27

⁵²⁰ CHARON Jean-Marie, « Dans dix ans : rédactions ouvertes », in BOUVIER Jérôme (dir), *(S')informer dans dix ans : 12 regards vers demain, op. cit.*, p. 18

souvent non-professionnels et parfois totalement malveillants que d'aucuns peuvent avoir envie ou intérêt à faire circuler et que le grand public peut parfois légitimement préférer consulter. Car les médias sont ainsi fortement concurrencés et continueront de l'être, probablement dans des proportions toujours plus fortes. Ils ne sont plus, en effet, au sommet d'une pyramide, dans une position qui les autorise à décider de ce qu'ils transmettent au plus grand nombre ; ils sont désormais sur le même niveau que beaucoup d'autres diffuseurs d'informations, dans un processus de circulation horizontale de l'information.

Ce discours sur un fact-checking, qui deviendrait une manifestation de ce qu'on a appelé « *journalisme augmenté* », est également présent, entre autres, dans les écrits d'Éric Scherer, directeur de la prospective de *France Télévisions*. Il évoque ainsi la fonction de vérification comme un des « *atouts incopiables* » du journalisme, qui lui donne une fonction de « *filtre et ordonnateur du chaos* » de l'information sur Internet. Dès 2011, il écrivait ainsi :

*« Nos sociétés en quête de repères ont besoin d'informations de qualité, fiables, certifiées. Le Web, c'est bien souvent encore le Far West de l'info ! La mission de vérification et de labellisation, puis de suivi de l'information, est bien une fonction-clé à développer fortement par les journalistes professionnels. Surtout si se développent des unités éditoriales partisans et non transparentes qui veulent contrôler l'information dans un univers Web très égalisateur. (Les organes de presse les plus sérieux) permettent souvent sur le terrain (et parfois à leurs risques et périls) de valider et d'authentifier des informations, très rarement vérifiées par des unités non professionnelles, les blogueurs, les commentateurs. (Dans) cet océan d'informations, d'innovations et de réseaux, quelques balises doivent rester bien visibles, pour se repérer et se frayer un chemin. »*⁵²¹

Ce discours semble fortement partagé, même s'il apparaît toujours, en 2017, compliqué à mettre en œuvre. Toutefois, il anticipe deux aspects qui, après le fort développement du fact-checking, en particulier à l'occasion des échéances

⁵²¹ SCHERER Éric, *A-t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un journalisme augmenté*, op. cit., p. 10

présidentielles, sont plus que jamais d'actualité : la reconnaissance du savoir-faire des journalistes et la labellisation de leur travail. À propos du savoir-faire, nous nous permettons de citer ici un extrait d'une interview de Patrick Boucheron sur *France Inter*, en avril 2017, pour évoquer les *fake news* :

*« Les historiens, les journalistes, ne sont pas détenteurs de la vérité. Mais nous avons des méthodes, des méthodes d'enquête et d'investigation, il y a un métier. Mais c'est très difficile de faire valoir le fait que c'est au nom de ce métier et pas au nom d'une parole instituée, d'autorité, que nous pouvons dire quelque chose qui n'a pas la même valeur qu'une opinion. »*⁵²²

Dans ce témoignage est présent également, en creux, le second aspect, celui de la labellisation du travail des journalistes, cité plus explicitement par Scherer et qui est un des thèmes fortement récurrents dans l'univers de l'information, non pas récemment, mais tout particulièrement depuis que l'offre des médias de référence est progressivement noyée dans une multitude de sources d'information plus ou moins fiables et qui ne cessent de se multiplier. L'affirmation d'un savoir-faire propre aux professionnels de l'information (comme de la recherche) passerait donc par une forme de labellisation. Celle-ci, d'ailleurs, existe dans le milieu universitaire par exemple, à travers l'évaluation par les pairs par exemple. Elle existe aussi, un peu, de manière informelle, dans le milieu journalistiques qui sait reconnaître les professionnels qui respectent les règles et les codes du métier. Mais elle n'est aucunement visible par le grand public, qui ne peut donc être sensibilisé aux efforts déployés et aux coûts induits par un lourd travail, parfois invisible au premier coup d'œil, de vérification.

Le fact-checking politique moderne a tenté, lui, de mettre en avant et de communiquer sur l'originalité de son travail (les aspects marketing de la démarche ont été développés plus haut) ; mais le fact-checking originel, celui qui est appelé aujourd'hui à refaire parler de lui pour délivrer plus globalement une information fiable, n'y est jamais réellement parvenu. Les efforts mobilisés pour vérifier et recouper, les délais supplémentaires destinés à prendre le temps, rendre plus fiable

⁵²² BOUCHERON Patrick, « L'invité de 8h20 », *France Inter*, 5 avril 2017. Disponible sur : <https://www.franceinter.fr/emissions/l-invite-de-8h20/l-invite-de-8h20-05-avril-2017> (page consultée le 9 août 2017).

ses productions, etc., cela aucun média n'a su le valoriser efficacement jusqu'à présent. Pourtant, il s'agit là d'une priorité exprimée de longue date, de très longue date, même, à l'échelle des évolutions des technologies de l'information.

Nous en tenons pour preuve le rapport rédigé en 2007 par Marc Tessier, pour le ministre de la Culture et de la Communication, sur *La presse au défi du numérique*. En effet, il y est (déjà) question de « *porter les valeurs de la presse dans l'univers numérique* », tout en anticipant « *une dégradation programmée de la qualité de l'information sur Internet, du fait du foisonnement des contenus non hiérarchisés, non structurés, non vérifiés, qui laisserait l'internaute-citoyen incapable d'apprécier la crédibilité et la fiabilité de ce qu'il lit* ». Et s'ensuivent des préconisations, telles que le taux réduit de la TVA pour les acteurs de la presse en ligne – question qui est longtemps restée d'actualité – ou telles que la création d'un label pour les sites d'information.

Cette piste intéressante de la création d'un label est souvent contrecarrée par les principaux médias eux-mêmes, qui se disent confiants dans la solidité de leur propre marque, grâce à leur histoire notamment. Toutefois, comme nous l'avons vu précédemment et tout au long de ce travail sur la vérification, il n'est pas forcément pertinent d'adosser un tel label à l'antériorité historique des sites d'information, dans la mesure où celle-ci ne garantit pas, loin de là, le comportement satisfaisant des acteurs en ligne. Mieux vaudrait envisager de l'indexer sur quelques principes déontologiques et professionnels que les acteurs, nouveaux comme anciens, s'engageraient ou se réengageraient à respecter, dont, bien entendu, la primauté accordée à la vérification, plus qu'à la rapidité ou à l'abondance d'articles mis en ligne. Le rapport en question clarifie d'ailleurs les choses en ces termes :

« Les critères seraient fondés sur l'expérience de la presse dans ce domaine et reprendraient donc les grands principes de fonctionnement et de déontologie des journalistes et rédactions de presse pour les adapter dans le numérique. Parmi ces critères pourraient notamment figurer : le caractère général du contenu, la continuité de l'information et l'actualisation régulière des sites en lien avec l'actualité, l'existence d'une rédaction indépendante composée de journalistes professionnels, la transparence sur l'origine des informations, le principe d'un contrôle

éditorial ou encore l'existence d'un médiateur. À ces critères d'organisation et de fonctionnement pourraient être ajoutés des éléments tirés des règles déontologiques des journalistes. »⁵²³

Au-delà de ces préconisations, il resterait à définir une instance en mesure de garantir l'application de tels principes. Et c'est en général là que le bât blesse, puisque toute organisation de ce type pourrait rapidement passer pour un organisme de restriction de la liberté de la presse. Pourtant, il existe des commissions paritaires, telles que la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels, très souvent critiquée, qu'il ne serait peut-être pas possible de créer aujourd'hui, mais qui fonctionne plutôt efficacement pour faire appliquer des règles sans être suspectée de partialité... Les sites labellisés pourraient donc être éligibles aux aides à la presse (dont la refonte est d'ailleurs souhaitée par de nombreux acteurs, comme le syndicat SNJ), en fonction de leurs capacités à mettre en œuvre, entre autres, des procédures de vérification de leurs publications et de correction de leurs informations erronées en ligne. Ce qui n'empêcherait pas d'autres publications d'exister en dehors de ces mécanismes de soutien financier et des opérations de promotion de leur rôle démocratique.

Quoi qu'il en soit, pour espérer une quelconque efficacité de ce label, il faut qu'en parallèle de sa création (toujours selon les résultats de nos recherches), deux autres critères soient réunis. L'abandon du modèle de gratuité de l'information en ligne, qui, en grande partie conduit aux dérapages et excès de la course aux clics, d'une part. Et, d'autre part, la sensibilisation du grand public à la compréhension des métiers, des enjeux et des utilités démocratiques de l'information indépendante, fiable et vérifiée. C'est ce à quoi nous allons nous intéresser ci-après.

8.2.3. Du savoir-faire au faire-savoir : éduquer à l'information vérifiée

Tout en démontrant que le fact-checking moderne est en quelque sorte le symptôme de quelques dysfonctionnements au sein des médias en général, nous avons également pointé sa démarche louable pour faire valoir les efforts et les moyens consentis pour vérifier un certain type d'informations (le plus souvent politique). Si bien qu'il

⁵²³ TESSIER Marc, BAFFERT Maxime, *La presse au défi du numérique. Rapport au ministre de la Culture et de la Communication, op. cit.*, p. 68

apparaît selon nous une dimension méta-journalistique dans le fact-checking tel qu'il se pratique aujourd'hui : les médias qui vérifient veulent dire qu'ils vérifient et transmettre, si ce n'est leurs méthodes de travail, du moins leur tournure d'esprit critique à l'égard des informations qui émanent aujourd'hui de sources aussi nombreuses que difficiles à identifier.

Ce constat est particulièrement valable pour les journalistes fact-checkeurs du *Monde*. Ces derniers, en effet, revendiquent aujourd'hui clairement une démarche d'éducation aux médias, qui leur semble complémentaire de leur propre travail de vérification. Autrement dit : ils souhaitent encourager le grand public à utiliser des réflexes et des outils qui sont les leurs, convaincus qu'il s'agit là du seul moyen d'éviter que le plus grand nombre ne soit abusé par des contre-vérités en ligne. L'objectif n'est donc plus seulement de bien informer les lecteurs du *Monde* et de sa rubrique « Décodeurs », mais de s'appuyer sur l'expertise de leurs journalistes pour bénéficier d'une information fiable, sérieuse et vérifiée, mieux à-même d'enrichir leur vie citoyenne.

Cette dimension méta-journalistique transparaît en réalité aujourd'hui dans de nombreuses initiatives en lien avec le fact-checking. En effet, lorsque, par exemple, toutes les organisations signataires du code de principes de l'International Fact-Checking Network s'engagent à se montrer transparentes sur leur méthodologie, leurs sources ou leur politique de correction des articles⁵²⁴, c'est effectivement pour (re)gagner la confiance des lecteurs, mais c'est aussi afin de les sensibiliser à des réflexes précieux en termes de confrontation avec des sources d'information variées et inégalement fiables. Pour revenir au *Monde*, cette démarche de sensibilisation est par exemple celle qui préside à l'existence, depuis février 2017, d'un outil comme le « Décodex ». Il se présente ainsi : « *Un guide pratique, destiné à lutter contre un phénomène bien réel, celui de la mal-information, qui va de la révolution des usages de l'info à la perte de crédibilité de la presse dite « traditionnelle » en passant par la diffusion d'informations fausses, mensongères, inventées, manipulatrices, aux conséquences de plus en plus réelles et importantes.* »⁵²⁵

⁵²⁴ IFCN, « International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles », *International fact-checking network*, *op. cit.*

⁵²⁵ LAURENT Samuel, « Décodex : à l'heure de la "post-vérité" se battre pour les faits », *Le Monde*, 16 mars 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/le-blog-du-decodex/article/2017/03/16/decodex-a-l-heure-de-la-post-verite-se-battre-pour-les-faits_5095624_5095029.html (page consultée le 11 août 2017).

Cet outil se décline en réalité en plusieurs fonctionnalités, dont la principale – et la plus polémique aussi, lors de son lancement – est une sorte d’annuaire des sites d’information, classés en fonction de leur degré de fiabilité. Il comporte notamment un moteur de recherche interne et une extension pour moteurs de recherche, destinés à « à lutter contre la diffusion virale de fausses informations et à aider les internautes à se repérer dans la jungle des sites producteurs ou relayeurs d’informations : est-ce un média citant ses sources et vérifiant ses informations, un site fabriquant ou propageant de fausses informations, un site militant ne mentionnant pas son affiliation politique ? »⁵²⁶, explique *Le Monde*. Les sites répertoriés dans la base de données des « Décodeurs » sont classés en catégories, associées à des couleurs : orange et rouge pour les sites peu ou pas fiables ; bleu pour les sites parodiques. La catégorie verte, qui signalait les sites dits « de confiance », au sein desquels les faits étaient globalement respectés, a dû être retirée parce qu’elle « laissait penser que l’outil avait vocation à « labelliser » les sites d’information » et que cet aspect-là a suscité une vive polémique, en particulier à propos de la frontière délicate à tracer entre faits et opinions.

Cette démarche, qui revient désormais à recenser les médias qu’il faut consulter avec prudence, voire au second degré, semble ainsi plus facile à mettre en place et mieux acceptée par le monde journalistique que celle qui voudrait aussi accorder des bons points aux médias dignes de confiance. En réalité, s’il est possible d’accorder à un média en particulier le droit de critiquer tel ou tel autre site d’information ou de désinformation, la labellisation, elle, ne peut être de son seul ressort, dans la mesure où il se trouve alors juge et partie. D’ailleurs, les autres initiatives qui ont pré-existé au « Décodex » ont plutôt été réalisées sur le modèle d’annuaires des sites connus pour leurs contenus faux. Nous évoquons ici, notamment, l’initiative de *L’Express*, lancée dès janvier 2015 et appelée « L’annuaire des sites d’infax ». Ce dernier distingue « les sites d’"information alternatifs" et les blogs susceptibles de relayer de fausses informations » d’une part et « les principaux sites satiriques connus » d’autre

⁵²⁶ LES DÉCODEURS, « Le Décodex, un outil de vérification de l’information », *Le Monde*, 23 janvier 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/23/le-decodex-un-premier-premier-pas-vers-la-verification-de-masse-de-l-information_5067709_4355770.html (page consultée le 11 août 2017).

part, avec une centaine d'entrées au total⁵²⁷. C'est également ce que propose le *pure-player PolitiFact*, aux États-Unis, avec le « *PolitiFact's Fake News Almanac* »⁵²⁸, depuis avril 2017. Cette fois, il s'agit de classer uniquement les sites qui diffusent de fausses informations (plus de 200 répertoriés en mai 2017), en se basant sur le travail effectué en collaboration avec *Facebook* pour lutter contre leur propagation sur ce réseau social. Les catégories distinguent donc les sites parodiques ou humoristiques, les sites d'info « *imposteurs* », les sites qui fabriquent de fausses informations, les sites qui contiennent quelques fausses informations fabriquées de toutes pièces. Nous n'évoquons là que quelques exemples issus de médias et non pas les nombreuses listes existantes sur des blogs moins clairement identifiés, ni même sur l'encyclopédie collaborative en ligne Wikipédia, qui dispose d'entrées « *list of satirical news websites* » ou « *list of fake news websites* »⁵²⁹.

Outre toutes ces initiatives destinées à recenser les sites qui véhiculent des informations douteuses ou totalement fausses, les journalistes sont appelés à porter d'autres actions, toujours liées à ce même mouvement d'éducation aux médias. Pour continuer à citer celles mises en place par *Le Monde*, qui semble faire office de média pionnier dans ce domaine, nous pouvons évoquer la mise en place d'un « *kit pour vérifier l'information à destination des enseignants (et des autres)* »⁵³⁰, sous la forme d'un guide « *Décodex* » qui répond à des questions sur ce qu'est une information ou ce qu'est une source, à donner des conseils pour vérifier une rumeur, une image ou une vidéo, etc. Nous pouvons également citer la volonté affichée d'aller à la rencontre des scolaires pour « *donner aux élèves les clés pour une lecture critique et distanciée de ce qu'ils lisent ou consultent tous les jours à la télévision ou sur leur*

⁵²⁷ L'EXPRESS.FR, « Conspirations, rumeurs, parodies : l'annuaire des sites « d'infax » », *L'Express*, 9 décembre 2016. Disponible sur : http://www.lexpress.fr/actualite/societe/conspirations-rumeurs-parodies-l-annuaire-des-sites-d-infax_1646237.html (page consultée le 11 août 2017).

⁵²⁸ GILLIN Joshua, « PolitiFact's guide to fake news websites and what they peddle », *PolitiFact*, 20 avril 2017. Disponible sur : <http://www.politifact.com/punditfact/article/2017/apr/20/politifact-guide-fake-news-websites-and-what-they/> (page consultée le 11 août 2017).

⁵²⁹ WIKIPEDIA, « PolitiFact's guide to fake news websites and what they peddle », *Wikipedia*, 2016. Disponible sur : https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_fake_news_websites (page consultée le 11 août 2017).

⁵³⁰ POUCHARD Alexandre, ROUCAUTE Delphine, SÉNÉCAT Adrien, « Décodex : notre kit pour vérifier l'information à destination des enseignants (et des autres) », *Le Monde*, 3 février 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/02/03/decodex-notre-kit-pour-verifier-l-information-a-destination-des-enseignants-et-des-autres_5074257_4355770.html (page consultée le 11 août 2017).

smartphone via Facebook, Twitter, Snapchat et autres réseaux sociaux »⁵³¹. Et ce sont toujours les fact-checkeurs, en tant que professionnels rôdés aux contenus pédagogiques des publications ainsi qu'aux outils de communication du web et des réseaux sociaux qui sont à la manœuvre.

Nous pouvons aussi citer le travail des journalistes de « Désintox » avec *CheckNews*, « un moteur de recherche humain » que se propose de « remplacer les algorithmes par des journalistes » et de répondre aussi à toutes les questions des internautes. Cet outil, testé à l'occasion de l'élection présidentielle française de mai 2017, avait déjà permis de recenser 500 questions en quatre jours. L'équipe avait alors été très vite saturée et a décidé de relancer le projet à compter du 19 septembre 2017. Cette fois encore, il s'agit d'aider le public à trouver des informations fiables sur Internet, sans se perdre dans les millions de résultats proposés par les moteurs de recherche.

(suite page 388)

⁵³¹ ROUCAUTE Delphine, « Le Monde s'engage dans l'éducation à l'information », *Le Monde*, 2 février 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/02/02/le-monde-s-engage-dans-l-education-a-l-information_5073215_4355770.html (page consultée le 11 août 2017).

INTERNATIONAL POLITIQUE SOCIÉTÉ ÉCO CULTURE IDÉES PLANÈTE SPORT SCIENCES PIXELS CAMPUS LE MAG ÉDITION ABONNÉS

LES DÉCODEURS

VENONS-EN AUX FAITS

LES DÉCODEURS VÉRIFICATION Datavisualisation Nanographix

DÉCODEX

Entrez l'adresse (URL) d'une page Web ci-dessous ou le nom d'un site pour savoir si la source de l'information (c'est-à-dire celui ou celle qui la diffuse) est plutôt fiable ou non.

Ex. :

› Installez le plug-in navigateur pour vérifier les sites que vous visitez pour Firefox ou Google Chrome.
› Faites appel à notre bot Facebook qui vous aidera à vérifier l'information.

Le Décodex est un outil pour vous aider à vérifier les informations qui circulent sur Internet et dénicher les rumeurs, exagérations ou déformations. Découvrez pourquoi nous avons créé cet outil et retrouvez ici notre méthodologie détaillée.

Pour vous guider dans vos recherches

- › Pourquoi il est important de vérifier une information avant de la partager
- › Qu'est-ce qu'une information
- › Qu'est-ce qu'une source d'information
- › Comment juger la fiabilité d'un site
- › Vérifier une rumeur qui circule sur les réseaux sociaux
- › Vérifier les sources d'une information

Les décodeurs, mode d'emploi

Les décodeurs du Monde.fr vérifient déclarations, assertions et rumeurs en tous genres ; ils mettent l'information en forme et la remettent dans son contexte; ils répondent à vos questions.

LA CHARTE Lire la charte ›

L'ÉQUIPE Découvrir l'équipe ›

Capture 24. Le site « Décodex » du Monde (page consultée le 6 octobre 2017).

Libération

CheckNews.fr

DESINTOX PRESENTE

LE MOTEUR DE RECHERCHE HUMAIN

Posez votre question ici **POSEZ VOTRE QUESTION**

Pour vous aider à démêler le vrai du faux, Libération lance CheckNews, un nouveau type de moteur de recherche géré par les journalistes de Désintox. Posez vos questions, ils prendront le temps d'enquêter avant de vous répondre.

VOIR LA VIDEO DE PRESENTATION

VOIR LES QUESTIONS DEJA POSEES

Partagez

f t g+

Capture 25. Le site « CheckNews » de Libération (page consultée le 6 octobre 2017).

Selon nous, il s'agit là d'une caractéristique assez significative de la manière dont les principaux médias (mais également les institutions telles que l'Éducation nationale) ont globalement géré le changement de paradigme de l'information avec l'apparition d'Internet et des réseaux sociaux (*Facebook* et *Twitter* ont respectivement été créés en 2004 et 2006). En effet, le fact-checking, après avoir été appelé à la rescousse de rédactions « fâchées » avec la fiabilité de l'information, semble être mobilisé pour venir au secours des citoyens et de la société dans leur ensemble, noyés sous une masse de données parmi lesquelles il leur est devenu impossible de se repérer. En sentinelles de la vérification et de ses outils, mais aussi en experts de la construction et de la propagation des intox et fausses nouvelles, les fact-checkeurs sont, en 2017, ceux vers lesquels les rédactions se retournent pour non seulement regagner du crédit (et de l'audience), mais également pour former les citoyens à reconnaître et identifier les médias qui les emploient⁵³².

Ce faisant, ces professionnels de la vérification participent à leur manière à une opération de rééquilibrage, à ce que le sociologue Gérard Bronner appelle « *la régulation du marché de l'information* ». Selon ce dernier, cette démarche est indispensable :

« Ce marché est devenu dérégulé, ce qui permet à tous les points de vue de s'exprimer sur la place publique. Les « coûts d'entrée » sur le marché de l'information sont devenus quasi nuls, de sorte qu'aujourd'hui n'importe quel individu peut l'alimenter, pour le meilleur ou pour le pire. Un autre point est qu'Internet permet d'accumuler des argumentaires, alors que jadis la diffusion par le bouche-à-oreille limitait le volume d'arguments, en raison des limitations de la mémoire humaine. Cela rend plus performantes les théories du complot et autres rumeurs infondées. Les conséquences sont mesurables. Par exemple, vers 2000, environ 9 % de nos concitoyens étaient méfiants vis-à-vis des vaccins ; aujourd'hui, ils

⁵³² Les médias sont aujourd'hui suivis sur ce terrain de l'éducation aux médias par les infomédiaires eux-mêmes, dont *Facebook*, qui a lancé en avril 2017, dans 14 pays simultanément, un guide pour repérer les fausses informations, mis à disposition en haut de son fil d'actualité.

sont près de 40 % ! Même si corrélation ne signifie pas causalité, on peut difficilement douter qu'Internet fertilise l'empire des croyances. »⁵³³

Ce constat rejoint ce que nous détaillions plus haut en évoquant la nécessité, pointée par d'autres, d'une labellisation des sites d'information répondant à des critères de professionnalisme et de déontologie notamment. Car la stratégie qui a consisté à s'appuyer sur la préexistence de marques médias fortes a manifestement échoué à convaincre le plus grand nombre. Les médias concernés, dans un univers où tout a changé, ne peuvent plus espérer vivre sur leurs acquis ; tout comme les programmes d'éducation ne peuvent plus espérer faire grandir des citoyens conscients du monde dans lequel ils vivent sans modifier grandement les apprentissages des outils à leur disposition, leur apprendre à contourner par exemple, le biais de confirmation. D'autant que, face à eux, par ailleurs, se dresse une population fortement touchée par un analphabétisme fonctionnel (l'incapacité à comprendre convenablement un texte, selon la définition de l'Unesco)⁵³⁴. C'est ainsi que le fact-checking et la vérification de l'information, après avoir révélé les manquements liés aux pratiques professionnelles des rédactions dans leur ensemble, se retrouvent en première ligne dans une mission plus vaste encore, liée à la vie démocratique plus globalement, confirmant le lien puissant entre journalisme, information et citoyenneté.

Cela confirme, en quelque sorte, leur rôle utile d'intermédiaire professionnel entre émetteurs et récepteurs des informations, pour trier, analyser, expliquer voire commenter. Le maintien de ce rôle de *gatekeeper*, c'est ce pour quoi plaidait, en conclusion de son rapport sur les rumeurs et la désinformation, le journaliste Craig Silverman :

« Les organisations médiatiques doivent reconnaître la valeur de leur rôle de filtres intelligents dans un monde d'informations abondantes, douteuses et contestables. (...) La valeur fondamentale du journalisme est de fournir

⁵³³ BRONNER Géraud, « Il faut réguler le marché de l'information sur Internet », *Pour la science*, 2017. Disponible sur : http://www.pourlascience.fr/ewb_pages/a/article-il-faut-reguler-le-marche-de-l-information-sur-internet-38087.php (page consultée le 11 août 2017).

⁵³⁴ QUATTROCCIOCHI Walter, « Désinformation sur les réseaux sociaux : ce que révèlent les statistiques », *Pour la science*, 2017. Disponible sur : http://www.pourlascience.fr/ewb_pages/a/article-desinformation-sur-les-reseaux-sociaux-ce-que-revelent-les-statistiques-38074.php (page consultée le 11 août 2017).

des informations pour aider les gens à vivre leur vie et à comprendre le monde qui les entoure. Ceci est impossible à faire lorsque nous promouvons et propageons activement de fausses informations. C'est impossible lorsque nous faisons un mauvais travail pour signaler l'incertitude et la complexité des assertions qui circulent sur les réseaux et ailleurs. »⁵³⁵

Ce regard critique indique précisément que, ce rôle de *gatekeeper*, les médias semblent l'avoir progressivement perdu (pour une part au moins), que ce soit par négligence dans l'accomplissement de leur propre travail (ainsi que nous l'avons démontré) ou par la difficulté à résister à la nouvelle donne du marché de l'information à l'heure d'Internet et des réseaux sociaux. En ce sens il nous semble que les interrogations au sujet de la pratique de la vérification et du fact-checking dans les médias à travers le monde méritent d'être abordées sous un angle plus large que la simple contradiction apportée à des assertions délivrées par des personnalités politiques ou d'autres dans l'espace public. Ce travail touche finalement aux valeurs fondamentales du journalisme bien sûr, mais également de la démocratie, dans des organisations médiatiques et face à des citoyens qui ont besoin, en somme, d'un rappel du rôle indispensable qui incombe aux journalistes.

⁵³⁵ « *News organizations must recognize the value of being smart filters in a world of abundant, dubious, and questionable information. (...) Journalism's fundamental value proposition is that it provides information to help people live their lives and understand the world around them. This is impossible to do when we are actively promoting and propagating false information. It's impossible when we do a poor job of communicating the uncertainty and complexity of claims that circulate on networks and elsewhere.* »

SILVERMAN Craig, *Lies, Damn Lies, and Viral Content: How News Websites Spread (and Debunk) Online Rumors, unverified, Claims, and Misinformation*, op. cit., p. 143

Conclusion

Tout au long de notre travail de recherche sur l'essor du fact-checking, nous avons cherché à comprendre l'environnement et les caractéristiques de son émergence en tant que genre journalistique, ainsi que les questionnements qu'il implique à propos des pratiques professionnelles. Nous avons œuvré, pour cela, à recenser les multiples définitions et modes d'expression professionnels du terme lui-même, pour mieux éclairer un objet d'étude à la fois multi-dimensionnel et à la fois essentiel et central dans le quotidien comme dans les idéaux du journalisme.

Pour ce faire, nous avons dû contourner, pour mieux nous l'approprier peut-être, ensuite, l'argument simpliste qui voudrait faire du fact-checking une simple règle de base du travail journalistique : « Tous les journalistes vérifient ! » Nous reconnaissons volontiers que c'est précisément cette dichotomie entre, d'une part, une appellation anglo-saxonne appliquée à un exercice nouveau (la vérification de propos tenus par des personnalités politiques dans les médias et dans l'espace public) et, d'autre part, des critiques capables de balayer, non sans mépris, la possibilité de voir dans cette pratique de vérification une innovation, qui nous a amenés sur le chemin de cette recherche.

Beaucoup de contradictions, mais aussi de nombreuses affirmations frappées au coin du bon sens, ainsi que de (parfois) très vifs échanges ou même des prises de position passionnées, ne pouvaient qu'interpeller, dans la foulée de la campagne pour l'élection présidentielle de 2012 et de la multiplication des rubriques et chroniques de fact-checking en France, celui qui était tenté de faire du journalisme son champ de recherche. Quelque chose, dans cette fonction, nouvelle ou non, méritait d'être éclairci, notamment la possibilité d'y voir un véritable genre journalistique et d'étudier ensuite ce que cela pouvait signifier.

Avant de rappeler et d'aborder une à une les hypothèses que nous avons émises lors du lancement de notre recherche, puis de nous attarder sur la résolution de notre problématique pour, enfin, émettre les perspectives qui nous semblent devoir guider

de futurs travaux, nous indiquons à nouveau ici, les grandes étapes d'une approche que nous souhaitons méthodique.

Puisque comparer simplement le fact-checking au travail de vérification qui incombe à chaque journaliste est très vite apparu réducteur, il nous a d'abord semblé nécessaire de cerner notre sujet de recherche dans une perspective historique. Il est ainsi apparu clairement que vérifier est certes un commandement, une règle de base du journalisme, une obligation éthique, mais sans réelle obligation de résultat : un fondement du journalisme, non opposable à ses représentants. Il est aussi apparu que les débats autour du contrôle du respect des règles professionnelles permettant notamment la vérification de l'information, ainsi que la notion même de quête de vérité journalistique animent, au fil des époques, de nombreux échanges et tensions contradictoires qui ne sont jamais réellement tranchés. À tout le moins, elles sont présumées connues et faire l'objet d'une quête permanente par les professionnels dans l'exercice de leurs fonctions, sans que ces derniers n'acceptent le moindre balisage contraignant de leur travail.

Or un regard historique ne met pas seulement en lumière les aléas des devoirs de vérification des journalistes, mais également les évolutions de l'environnement dans lequel sont appelés à s'exercer ces devoirs. Dès lors, les critiques à l'encontre du fact-checking, fonction de vérification connue de tous et pratiquée en toutes circonstances au sein des médias, semblent disposer de fondations moins solides. Ce que nous avons nommé l'accélération du tempo médiatique, dans un contexte complexe de triple crise de la presse (structurelle, conjoncturelle et éditoriale), nous a semblé bien insuffisamment compensé, sur le plan de la fiabilité notamment, par le recours à des outils rapides et efficaces d'accès et de diffusion de l'information. Le journalisme augmenté de bien des fonctionnalités, les usages nouveaux du web et des réseaux sociaux, ainsi que des initiatives participatives ont certes enrichi les compétences des professionnels, mais sans toujours leur offrir la possibilité de les mettre au profit de la vérification.

C'est dans un tel contexte, au cœur des années 2000, qu'éclot, aux États-Unis puis ailleurs dans le monde et en particulier en France, le fact-checking. Ou plutôt, devrions-nous dire – pour ce qui concerne son versant étatsunien – qu'il réapparaît. Car, outre-Atlantique, en effet, le fact-checking – littéralement la vérification des

faits – est étroitement lié à une démarche interne de vérification rigoureuse et exhaustive des contenus journalistiques, en *back-office*, avant publication ou diffusion. Cette spécialité s’y est développée au cours des années 1920, avant de décliner à la faveur des crises dont nous avons parlé et des coupes drastiques dans les effectifs des rédactions.

Alors, a émergé le fact-checking moderne, essentiellement politique, à l’aube des années 2000, sous une nouvelle forme et avec un nouvel objectif qui, cette fois, pouvait interroger les plus critiques observateurs. D’ailleurs, autant il semble s’inscrire au carrefour de plusieurs traditions journalistiques aux États-Unis, autant il est adopté par des rédactions françaises comme une nouveauté, qui plus est en totale opposition avec les us et coutumes d’un journalisme politique, mâtiné d’écrits littéraires et éditorialisés. Il s’agit cette fois de sélectionner une déclaration d’une personnalité politique, prononcée dans un média ou un meeting par exemple, pour en vérifier le degré de véracité et ainsi déterminer si elle dit vrai, faux, ou si elle est imprécise, etc.

Ce fact-checking que nous avons appelé moderne se distingue donc grandement du fact-checking des origines, au point où l’on pourrait douter qu’ils soient bien liés autrement que par l’appellation, fortement crédible, qui fait référence au travail méticuleux des premiers journalistes fact-checkeurs.

Mais lorsque notre travail a cherché à établir cette relation, il y est – nous semble-t-il – parvenu. Dans sa version moderne et politique, le fact-checking pourrait être considéré, selon nous, comme un avatar du fact-checking originel. Cette version moderne est aussi moins exigeante, moins chère à mettre en place, plus visible et plus facile à valoriser qu’un travail acharné dans l’arrière-boutique des rédactions (ce qu’il était avant). Enfin cette version moderne, est beaucoup plus satisfaisante sur un plan formel (une pratique ostentatoire valorisante, pour les médias qui la mettent en œuvre), que sur un plan plus strictement journalistique, compte-tenu d’assez nombreux biais dans sa mise en œuvre, dont la sélection aléatoire des propos vérifiés. Et compte-tenu aussi des nombreux ratages constatés dans les médias – y compris ceux qui valorisent le fact-checking – en matière d’informations non-vérifiées. De ce point de vue, notre étude de contenus a grandement confirmé les limites et les spécificités que nous pressentions à propos de cette pratique.

Mais surtout, à l'aune des récentes évolutions du monde de l'information et de la communication, de la multiplication des émetteurs d'actualité sur Internet et les réseaux sociaux, ainsi que de la difficulté des médias professionnels à faire reconnaître la spécificité et le sérieux de leur travail, il semble que la vérification apparaisse aujourd'hui à nouveau comme un exercice indispensable de l'expression journalistique. Or les acteurs qui, dans les rédactions, sont désormais les mieux en mesure de proposer des solutions, des outils et des formats pertinents de vérification à l'heure du web et des risques de forte viralité des *fake news* sur les réseaux sociaux, ce sont précisément les fact-checkeurs, souvent jeunes et tournés vers l'expérimentation d'outils en relation avec leur idéal du métier.

Ils sont aujourd'hui organisés et fédérés autour d'un réseau international (International Fact-Checking Network), ils sont sollicités pour travailler collectivement dans le cadre d'opérations de fact-checking collaboratif, y compris autour d'acteurs tels que *Google* et *Facebook*, et ils se font même parfois un devoir de sensibiliser le grand public à la vérification ainsi qu'à la différence entre l'information produite dans un cadre professionnel et les autres.

À ce stade, il nous est permis d'égrener les quelques points saillants qui nous semblent devoir émerger de notre démarche de recherche.

Tout d'abord, lorsqu'il s'agit de faire un bilan de ce qu'a été, de ce qu'est et de ce que pourrait devenir le fact-checking, critiqué initialement pour n'être rien d'autre qu'une règle de base du journalisme (« tout le monde vérifie »), celui-ci se révèle plus complexe que d'aucuns l'avaient envisagé. Ainsi, le fact-checking conserve, au gré de ses différents avatars au fil du temps, un caractère propre à crédibiliser fortement les médias et l'information qu'ils diffusent.

Ce fil rouge a d'abord traversé son expression originelle, aux États-Unis, dans les années 1920, lorsqu'il s'agissait de produire des magazines qui contiennent le moins d'erreurs factuelles possibles. Puis, dans la version des années 2000, y compris en France, le fact-checking, dans une acception plus paradoxale, a bel et bien permis à des médias de revendiquer un rôle de vérification et de contradiction des responsables politiques, rôle susceptible de leur faire (re)gagner la confiance des lecteurs,

auditeurs, téléspectateurs, au moment où, d'une part, ces médias ne disposaient plus toujours de moyens suffisants pour produire une information de qualité et où, d'autre part, ils ne produisaient finalement qu'un travail ponctuel de vérification, critiquable à maints égards. Enfin, ce fil rouge de la crédibilité conduit le fact-checking à apparaître sur le devant de la scène médiatique quand il s'avère que le journalisme se retrouve noyé sous une avalanche de contenus issus de médias non professionnels, distillant tantôt des informations fiables et dignes d'intérêt, tantôt des informations sans fiabilité, tantôt des informations fabriquées pour tromper.

Il n'en demeure pas moins que le fact-checking politique moderne, celui qui est au cœur de notre étude, entre celui des origines et celui qui semble émerger ces derniers mois, continue d'exister et de prêter le flanc à de nombreuses critiques. Ce sont notamment celles que nous avons détaillées dans ce travail et qui nous ont autorisé à évoquer, à partir d'une intention louable de vérification, des manquements dans les pratiques professionnelles.

Ensuite – il s'agirait là d'un deuxième enseignement – nous constatons qu'à terme, la première des influences du fact-checking aura peut-être concerné prioritairement le fonctionnement du journalisme lui-même. En effet, toutes les études qui se sont intéressées aux effets du fact-checking ont prioritairement exploré la question de l'influence sur le public, pour l'aider à détecter les fausses informations et tenter de les corriger dans l'esprit de chaque lecteur, et celle de l'influence sur les politiques, pour mesurer s'ils pouvaient être amenés à se corriger ou à modifier leur mode de discours. Plus rares, finalement, sont les études qui ont exploré l'influence du fact-checking sur les médias eux-mêmes, pourtant la plus palpable selon nous, ainsi que nous avons finalement tenté de le montrer. Lucas Graves, auteur d'un ouvrage sur l'apparition du fact-checking politique aux États-Unis, évoque des fact-checkeurs susceptibles d'encourager d'autres journalistes (politiques) à contester les mensonges des politiques et à porter un jugement sur les débats factuels, plutôt qu'à se contenter de simplement rendre compte des différents points de vue en présence. Nous ajoutons leur capacité, dans des médias qui l'avaient un peu perdu de vue parfois, à faire prendre conscience à leurs camarades des qualités de la vérification de l'information, pas seulement l'information politique.

Des initiatives commencent ainsi à montrer que le fact-checking moderne a vocation à s'intéresser à l'ensemble des contenus rédactionnels (plus seulement les déclarations publiques d'hommes politiques), ainsi qu'à l'ensemble des contenus issus d'Internet et des réseaux sociaux, tout en gagnant en réactivité, grâce à un usage plus performant des nouvelles technologies et à leur volonté de valoriser leurs pratiques professionnelles directement auprès du grand public.

Par ailleurs, nous avons éclairé dans quelle mesure les équipes de fact-checkeurs français occupent une position privilégiée ou en tout cas particulière dans l'organigramme des rédactions qui les emploient. Dans la mesure où ils maîtrisent un savoir-faire unique et particulièrement précieux actuellement au sein des rédactions, en termes de stratégie, ils sont devenus, alors qu'ils sont souvent plus jeunes et moins expérimentés que la moyenne de leurs collègues et confrères, des acteurs clés à la tête d'entités indispensables à la valorisation et à la visibilité du travail de chaque média. En ce sens, ils occupent avec aisance une « zone d'incertitude » de chacune des organisations dans lesquelles ils exercent, ainsi que ce concept a été décrit par Michel Crozier et Erhard Friedberg⁵³⁶.

Un autre enseignement mis au jour par notre travail concerne la manière dont ces journalistes fact-checkeurs ont en quelque sorte renoué avec ce que Jean-Gustave Padioleau nommait, au milieu des années 1970 l'expertise critique⁵³⁷. Autrement dit, leur travail factuel d'argumentation très documentée, du niveau parfois de véritables spécialistes, fait que leurs productions correspondent à des développements assez didactiques. Ce faisant, nous l'avons dit et décrit, les fact-checkeurs reprennent leur distance avec la rhétorique du cynisme (anecdotes, récit, etc.), théorisée par Schudson notamment⁵³⁸.

⁵³⁶ CROZIER Michel., FRIEDBERG Erhard., *L'acteur et le système*, op. cit.

⁵³⁷ PADIOLEAU Jean-Gustave, « Systèmes d'interaction et rhétoriques journalistiques », *Sociologie du travail*, vol. 18, n° 3, 1976, p. 256-282.

⁵³⁸ Sur ce point, voir l'analyse d'Eugénie Saitta.

SAITTA Eugénie, « Les journalistes politiques et leurs sources. D'une rhétorique de l'expertise critique à une rhétorique du cynisme », *Mots*, 87, 2008, p. 115

Enfin, pour en terminer avec les principaux enseignements issus de nos travaux, nous avons montré combien le fact-checking moderne interroge les fondements du journalisme, en ce qu'il est « externe » et qu'il a vocation à pointer ces erreurs et mensonges après coup et non pas à les éviter avant publication ou diffusion. Son positionnement s'avère pour le moins particulier : non seulement il ne s'applique pas à un seul et même média (le propre du fact-checking interne), mais il se consacre à rechercher, partout (journaux, radios, télévisions, réseaux sociaux, meetings, ouvrages, etc.), les contre-vérités et les mensonges des autres, diffusés dans l'espace public. D'ailleurs, les médias qui s'emparent de cette mission sont assez régulièrement des *pure-players* dédiés, qui se sont donné pour objectif de scruter l'activité de leurs confrères ou la manière dont leurs confrères diffusent des contre-vérités. Ils réalisent ainsi un travail que nous pourrions qualifier de méta-rédactionnel, dans le sens où ils se placent en surplomb de l'activité de tous les autres médias, avec le risque que cela comporte, pour un média classique qui produit du fact-checking, de se retrouver en porte-à-faux vis-à-vis de ses propres pratiques. La substitution d'un travail externe à un travail interne dans les rédactions « historiques » est finalement au cœur de notre travail.

Vérification des hypothèses

Aussi sommes-nous, à ce stade, en mesure d'évaluer chacune de nos hypothèses de travail, évoquées en filigrane tout au long de ce travail.

Première hypothèse

Un média n'est journalistique que parce qu'il délivre, à mi-chemin entre le public et les sources⁵³⁹, des informations vérifiées ; en ce sens, il n'est pas opportun de présenter la vérification, constitutive de l'ADN des médias comme de celui des journalistes, comme une nouveauté.

Les principes mêmes de l'existence des médias journalistiques sont étroitement voire intrinsèquement liés à leur capacité à assurer une mission de médiation entre, d'une part, les sources en mesure de les renseigner sur les thèmes, sujets et angles traités et,

⁵³⁹ EVENO Patrick, *La presse*, op. cit., p. 27

d'autre part, le grand public pour lequel ils accomplissent une mission d'information éclairée. Dans ces conditions, il en va de leur responsabilité et tout bonnement de leur raison d'être de s'attacher à transmettre des indications et des données fiables, recoupées, solides et les plus proches possibles. Nous avons ainsi repris l'idée de Jean-Luc Martin-Lagardette, selon laquelle le journalisme responsable s'inscrit dans une « démarche véritale »⁵⁴⁰, c'est-à-dire qui « se dote d'une obligation de moyens et non de résultat ». Ainsi, nul journaliste ne peut prétendre apporter nécessairement la vérité à ses lecteurs ; mais tous peuvent se dire investis du devoir de tout mettre en œuvre pour y parvenir.

De fait, la vérification compte parmi les démarches qu'il est indispensable de mettre en œuvre pour accomplir avec responsabilité une « démarche véritale ». Les journalistes doivent cette vérification, quelles que soient les formes qu'elle revêt, à l'ensemble de ses lecteurs, auditeurs, téléspectateurs. Et cela est vrai du journalisme de longue date : pour ce qui concerne la France, nous avons sans difficulté retrouvé la trace de ce « commandement » dans les chartes et textes fondateurs de la professionnalisation du métier. Et il apparaît dans les écrits pratiques et réflexifs à propos du journalisme que nous sommes là en présence de la base, du socle, d'un des piliers de cette pratique professionnelle médiatique.

Dès lors, si la vérification est constitutive de l'ADN du journalisme comme nous l'avons avancé, cela n'a effectivement pas beaucoup de sens de la présenter, à un moment donné, comme une nouveauté. Au terme de notre recherche, rien n'a réellement permis d'invalider cette hypothèse. Au contraire, même, il est apparu plus pertinent, au fil de nos avancées et au gré des pistes de travail explorées, que le fact-checking, y compris dans les formats nouveaux qu'il a un temps explorés, n'était probablement, finalement, qu'une expression originale, une « variante » d'un travail de vérification susceptible de faire défaut par ailleurs dans les médias qui le mettait en avant. De ce point de vue, il semble acceptable de faire du fact-checking une forme nouvelle de l'expression de la fonction de vérification – nous allons y revenir avec l'hypothèse n°2 – mais il n'est pour autant pas opportun de laisser entendre qu'il

⁵⁴⁰ MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc, *Le guide de l'écriture journalistique*, op. cit., p. 192-193

puisse y avoir un aspect de nouveauté dans un travail de vérification, lorsqu'il s'exprime dans un cadre journalistique.

Deuxième hypothèse

Il n'est pas pertinent d'assimiler le fact-checking, pratique professionnelle originellement dédiée à la vérification des faits et des informations publiées et/ou diffusées dans les médias, à un genre journalistique à part entière.

Ainsi que nous l'avons rappelé à travers une exploration détaillée de l'histoire du journalisme en général et de la vérification en particulier, le fact-checking est bel et bien une pratique professionnelle relativement ancienne, originellement dédiée à la vérification des faits et des informations avant publication. À ce titre, il s'agit à l'évidence d'une étape technique dans le parcours des nouvelles, dans le processus qui s'étend du recueil des informations à leur diffusion. Il ne s'agit donc en aucun cas d'une éventuelle innovation éditoriale qui pourrait s'apparenter en quoi que ce soit à un genre journalistique. Nous pourrions donc, à ce stade, valider également notre deuxième hypothèse.

Toutefois, les manifestations récentes du fact-checking, telles que mises en œuvre par les médias américains au début des années 2000, puis, quelques années après, par d'autres médias à travers le monde, comme en France, nous invitent à pousser plus avant notre réflexion. En effet, dans son acception moderne, le terme fact-checking désigne autre chose qu'une simple fonction de vérification incluse dans le parcours de l'information. Il est devenu l'appellation d'un exercice journalistique à part entière, fondé certes sur un travail de vérification scrupuleux, mais doté d'une fonction très spécifique de contrôle de la véracité des propos tenus par des personnalités (politiques) dans l'espace public.

Dans ces conditions, le fact-checking s'est installé dans le paysage médiatique en faisant émerger des codes particuliers, que ce soit en termes de méthodologie d'investigation, d'écriture ou d'organisation des articles ou chroniques. Nous pouvons rappeler ici des caractéristiques très répandues désormais dans la plupart des productions de fact-checking à travers le monde, comme la construction en trois temps qui comprend le rappel de l'assertion dont le journaliste souhaite vérifier le

contenu factuel, la démonstration et les arguments qui permettent de la confirmer ou de l'infirmier, puis la conclusion, régulièrement appelée « verdict », qui indique si, finalement, le contenu de l'assertion est vrai ou faux, voire imprécis, exagéré, etc.

Et il s'avère que non seulement ces codes de réalisation et de présentation des productions de fact-checking ont essaimé efficacement à travers le monde, comme en témoigne le travail de recensement opéré par l'International Fact-Checking Network et par le Duke Reporters' Lab, mais qu'en plus ils sont parfois enseignés depuis plusieurs années dans les écoles et expliqués dans les manuels de journalisme. Autrement dit, la pratique du fact-checking, comme celle du reportage, de l'interview ou du portrait, ainsi que bien d'autres genres journalistiques, peut être théorisée, formalisée et donc être à son tour considérée comme un genre à part entière.

De fait, sans être tout à fait une nouveauté, puisque les pratiques de vérification ne peuvent en être (hypothèse 1), il nous semble pouvoir conclure que le fact-checking, tel qu'il a été utilisé depuis 2000 un peu partout dans le monde, constitue bel et bien, en marge de la pratique professionnelle qu'il continue de désigner, un genre journalistique à part entière.

Troisième hypothèse

L'autonomisation de la pratique du fact-checking dans les rédactions serait révélatrice des bouleversements que connaissent les médias au moment où une crise conjoncturelle (la nécessité de trouver des sources de revenus en ligne) s'ajoute à la crise structurelle de la presse.

Nous souhaitons ici indiquer que la manière dont le fact-checking est devenu, au-delà d'une pratique essentielle de vérification, un genre journalistique à part entière, concourt à parler selon nous d'une autonomisation. Cet exercice, initialement lié à l'ensemble du processus de production de l'information et constitutif de l'une de ses étapes essentielles dans le cadre du travail journalistique de médiation entre le recueil de l'information et sa mise à disposition pour le public, a donc donné lieu à la création d'un genre journalistique singulier. Ce faisant, il est donc devenu autonome par rapport au reste des contenus, plaçant la fonction de vérification, ses savoir-faire comme ses aléas d'ailleurs, au centre d'articles et chroniques dédiés.

Ce processus d'autonomisation de la pratique du fact-checking dans les rédactions pourrait faire l'objet d'une étude qui l'analyserait simplement sous la forme en tant que processus d'innovation éditoriale. De fait, la création d'articles ou de chroniques qui traitent majoritairement des prises de parole politiques pour en vérifier le degré de véracité, dans un cadre formel codifié qui finit par en faire un véritable genre journalistique, a tout lieu d'être traité comme une nouveauté liée à une envie de relater l'information politique autrement. Il est d'ailleurs indéniable que le fact-checking a incidemment bousculé les codes du journalisme politique, en ce qu'il a permis, notamment en France, un traitement plus distancié de la parole des responsables concernés, offrant à quelques journalistes et à leur rédaction un nouvel espace pour s'affranchir des accusations récurrentes d'un journalisme de connivence. Mais nous avons voulu étudier le fact-checking en le liant, au-delà de ses caractéristiques de simple innovation journalistique, à des facteurs contextuels majeurs qui ont touché simultanément, pour ne pas dire bouleversé, le monde de la presse. Ainsi, nous avons souhaité rappeler que les trois crises, structurelle, conjoncturelle et éditoriale, que traversent les médias au début des années 2000 pouvaient avoir impacté certains choix en termes de contenus. Ces crises, sur lesquelles nous ne reviendrons pas ici en détail, ont bien évidemment suscité et même guidé des choix de formats, d'organisation des tâches, de gestion des effectifs, etc. Les missions journalistiques ont bien entendu été touchées, souvent, par les difficultés rencontrées par les rédactions pour, notamment, valoriser leurs contenus auprès d'un public séduit par la gratuité de toute information en ligne.

L'autonomisation de la pratique du fact-checking est révélatrice des bouleversements que connaissent les médias au moment où ils traversent ces crises. Car elle intervient comme un affichage de la fonction de la vérification au moment précis où cette fonction est potentiellement en régression dans les rédactions, que ce soit par manque de moyens (alors que les effectifs sont réduits) ou par volonté de s'adapter à un mode de diffusion de l'information en temps réel, en particulier sur Internet et les réseaux sociaux. Nous avons voulu y voir autre chose qu'un concours de circonstances, en analysant la place de ce nouveau format qui affiche la vérification dans la stratégie marketing et éditoriale des médias concernés, ainsi que la justification de sa mise en avant alors que les critiques sur ses nombreux biais méthodologiques se faisaient

entendre et, enfin, en entendant le discours des journalistes fact-checkeurs eux-mêmes, relativement enclins à reconnaître l'opportunité d'une démarche de vérification aussi ostentatoire.

Quatrième et dernière hypothèse

Il y a dans le développement de la mise en avant du fact-checking par les médias traditionnels des facteurs de risque (jeter le discrédit sur l'ensemble des autres contenus par exemple) autant que de succès (différenciation des flots d'information de l'infobésité sur Internet et les réseaux sociaux).

Mettre en avant un exercice de vérification particulier, lorsque l'on est un média journalistique, revêt une signification ambiguë. En effet, comme nous l'avons vu avec l'hypothèse 1, un média n'est journalistique que parce qu'il délivre, à mi-chemin entre le public et les sources, des informations vérifiées. Autrement dit, la vérification est constitutive de son ADN, et la mettre en avant dans le cadre d'un type d'articles ou de chroniques dédiés a de quoi interpeller sur la nature des autres contenus produits par ce même média. En ce sens, la spécialisation de la fonction de vérification, que ce soit au sein d'un genre journalistique donné ou même au sein d'une équipe donnée de journalistes-spécialistes à l'intérieur d'une rédaction, s'avère critiquable. Elle pourrait conduire à discréditer l'ensemble des autres contenus.

Cela est d'autant plus vrai que le fact-checking moderne est né, justement, avec des sites *pure-players*, créés en ligne, et qui avaient pour seul objet la vérification de ce que disaient les personnalités politiques lors de leurs prises de parole publiques. Mais lorsqu'il s'agit, pour un média plus traditionnel, de séparer, dans une rubrique ou un exercice dédié, des articles et chroniques de vérification, la question de la délégitimation du travail des autres membres de la rédaction a lieu d'être posée. Nous insistons d'autant plus sur ce point que les journaux, radios et télévisions qui ont adopté le fact-checking comme genre journalistique aux côtés de leurs autres contenus disposent généralement tous de rubriques politiques. Ainsi, telle ou telle personnalité peut être contredite méthodiquement dans une chronique radio de fact-checking un jour, sans rencontrer forcément d'opposition le jour où elle présentera ses arguments dans une émission politique de la même station...

Nous confirmons toutefois qu'il existe des facteurs positifs à cette promotion du fact-checking par les médias traditionnels. Nous avons d'ailleurs parlé d'un argument marketing, tant il semble vital pour eux de se montrer capables de produire de tels contenus, en lien avec les valeurs d'indépendance (vis-à-vis des puissances politiques) et de recherche de la vérité qui sont celles qui constituent, depuis toujours, la plus-value des contenus journalistiques. Ce mode de différenciation, s'il peut sembler maladroit à bien des égards, contraste en tout cas fortement avec d'autres stratégies orientées vers des publications à la chaîne d'articles sans véritable valeur ajoutée, uniquement mis en ligne sur Internet et les réseaux sociaux pour tenter de profiter d'une rémunération indexée sur les revenus publicitaires. La promotion d'une image valorisante, plus caractéristique d'un journalisme de qualité, fait donc partie de la stratégie de mise en avant du fact-checking dans les rédactions des médias traditionnels également.

À l'issue de notre travail de recherche, nous pensons avoir démontré que les effets de cette valorisation de la vérification à travers des articles et chroniques de fact-checking sont, *in fine*, particulièrement positifs. Nous avons d'ailleurs cité l'exemple de *France Info*, où la rédaction a dépassé le cadre anecdotique et stratégique de la promotion du fact-checking pour faire à nouveau de la vérification un pilier du travail quotidien de l'ensemble des équipes, grâce à la mise en place d'une agence interne. De ce fait, les facteurs de succès de la mise en avant du fact-checking, sur le long terme, pourraient s'avérer plus nombreux que les facteurs de risque pour l'image et le crédit des journalistes. Cela, *a fortiori*, dans le cadre des nouvelles missions dont semblent devoir s'emparer les fact-checkeurs, tournées vers la vérification des contenus douteux véhiculés par Internet et les réseaux sociaux, voire vers l'éducation aux médias et la sensibilisation du grand public.

Nous voilà donc amenés à reconsidérer notre problématique à l'aune de l'ensemble de ces éclairages. Pour mémoire, nous avons envisagé d'explorer, tout au long de notre recherche, dans quelle mesure, lorsqu'il devient un genre journalistique – ce qui semble être le cas – le fact-checking valorise, certes, une pratique crédible, mais révèle aussi, voire surtout, en creux, des manquements dans les pratiques professionnelles.

À travers l'ensemble des hypothèses que nous avons choisi d'étudier, nous avons mis en lumière plusieurs particularités du fact-checking moderne, institué progressivement en nouveau genre journalistique et appelé à cohabiter avec des pratiques plus globales de vérification parfois malmenées dans les rédactions. Si nous avons choisi initialement d'interroger cette concomitance entre, d'une part, les difficultés rencontrées par les médias pour (re)trouver des modèles économiques viables alors qu'ils doivent faire face à une triple crise structurelle, conjoncturelle et éditoriale, et, d'autre part, la mise en avant inédite de travaux de vérification des contenus, c'est essentiellement parce que nous avons voulu nous mettre en quête d'une explication plus pertinente que celle de la simple coïncidence.

D'ailleurs, les questions et les polémiques qu'ont suscitées les premières initiatives de fact-checking, en France, en particulier autour de la campagne pour l'élection présidentielle de 2012, ne pouvaient qu'encourager des travaux de recherche en ce sens. Force est de constater que ces travaux ont finalement été trop peu nombreux pour fournir des approches suffisamment documentées. En revanche, plusieurs dimensions étaient, dans le même temps explorées, notamment aux États-Unis, où des moyens importants ont été mobilisés à la fois pour encourager des travaux académiques et à la fois pour organiser et fédérer les initiatives des médias fact-checkeurs à travers le monde.

Dès lors, à travers la lecture que nous avons pu en faire et qui est pour partie utilisée dans notre démonstration, ainsi qu'à travers les propos que nous avons pu recueillir auprès de nombreux professionnels par le biais d'entretiens semi-directifs, mais aussi grâce à des études de contenus particulièrement instructives, nous avons également tenté de faire progresser la compréhension de ce sujet. Si des rédactions, relativement peu nombreuses dans l'absolu mais le plus souvent représentatives de médias importants dans de nombreux pays, se sont mises à produire du fact-checking alors que les moyens qu'elles pouvaient consacrer à la vérification de l'information avaient potentiellement diminué, c'est également pour retrouver une forme de légitimité vis-à-vis de leurs publics.

Nous employons le terme « aussi », car il va de soi que les motivations exprimées par ces rédactions sont variées et qu'elles ne sont pas toujours clairement exprimées, encore moins par les professionnels qui les dirigent et qui, la plupart du temps, ont

refusé de s'exprimer sur cette question. Comme si les aspects stratégiques d'un tel choix n'étaient pas totalement explicables. Ou comme si ces aspects n'étaient pas forcément maîtrisés, d'autant que, souvent, les journalistes qui ont été moteurs dans la création de ces rubriques et chroniques, en France, sont des journalistes liés aux rédactions web, considérées comme de véritables laboratoires pour explorer de nouveaux formats, en dehors des sentiers balisés maîtrisés par leurs responsables et les autres professionnels employés dans les médias traditionnels.

D'ailleurs, un dernier aspect, d'actualité celui-ci, au moment où nous concluons ces lignes, à l'automne 2017, vient en quelque sorte confirmer notre analyse. La quête de légitimité des médias à travers le fact-checking, qui indiquait en creux les nombreux manquements qui taraudaient les rédactions, se poursuit désormais sous d'autres formes. Le fact-checking essentiellement politique, qui continue de constituer le cœur de l'activité de bon nombre de cellules de vérification, est manifestement destiné à se généraliser. Nous pourrions dire qu'il est appelé à se généraliser à nouveau, après une phase de spécialisation qui avait fait la preuve de toutes ses limites. Désormais, il pourrait concerner l'ensemble des contenus diffusés sur Internet et via les réseaux sociaux par des producteurs d'informations non scrupuleux ou scrupuleux de tromper le public.

À nouveau, dans ce cas de figure inédit, des médias traditionnels renoueraient avec leur rôle caractéristique de filtre et de médiation entre des sources d'information (*gatekeeper*) d'une part et un public potentiellement abusé par de fausses nouvelles d'autre part. Charge à eux de faire reconnaître ce rôle à nouveau, après des épisodes relativement nombreux au cours desquels ils n'ont pas nécessairement su se distinguer des autres producteurs d'information et où le nouvel écosystème socionumérique a laissé se généraliser la désintermédiation entre producteurs de contenus et récepteurs. Il n'est pas certain cependant que les médias institués parviendront seuls à convaincre le plus grand nombre ou, en tout cas, un nombre suffisant de lecteurs, auditeurs, téléspectateurs, pour tirer suffisamment de revenus via la vente de leurs contenus. C'est pourquoi des voix réclament aujourd'hui l'instauration d'une démarche de labellisation des médias concernés, afin de soutenir leur travail et de donner un point de repère au public soucieux de se procurer des informations fiables.

Limites et perspectives

À l'issue de notre recherche, il va de soi que nous ne pouvons prétendre avoir exploré l'ensemble des paramètres qui président à l'émergence, puis aux diverses pratiques et enfin aux conséquences du fact-checking en tant que nouveau genre journalistique dans les médias français. Tout juste, en effet, avons-nous mis en lumière en quoi il a grandement questionné les pratiques professionnelles des rédactions globalement et tout particulièrement des rédactions qui l'ont adopté.

Cette recherche, nous l'espérons, aura permis *a minima* d'attirer l'attention de la recherche en journalisme sur un phénomène relativement récent, assez largement perçu comme un épiphénomène à l'échelle nationale, alors qu'il est en train de faire la preuve, partout dans le monde, de sa potentielle durabilité tout comme de son efficacité. Il faut bien sûr prendre en compte, dans ce constat, la dimension culturelle qui fait du journalisme politique à la française une pratique dans laquelle la primauté reste accordée à l'éditorialisation des contenus et au décryptage des stratégies, plutôt qu'à la qualité et à la véracité factuelle des propos tenus par les responsables. Aussi l'apparition du fact-checking et de son terrain de jeu essentiellement politique au départ a-t-elle été largement décriée, parfois ignorée, le plus souvent méprisée.

Cela n'a sans doute pas encouragé la recherche dans ce domaine. Et c'est ce qui explique que nous avons dû, très souvent, faire appel à des travaux étatsuniens, lorsqu'ils étaient en mesure d'éclairer nos propres analyses. Il y a donc là un frein certain pour les chercheurs intéressés par ce champ d'investigation, comme il y a un intérêt réel pour qui souhaiterait faire progresser la connaissance sur ce terrain encore à peine défriché et, qui plus est, en mutation constante. Ce dernier point correspond d'ailleurs à l'une des limites de notre travail : en quatre années d'observation du fact-checking politique en France, il nous a fallu nous montrer particulièrement vigilants face aux très nombreuses évolutions qu'a connues cet exercice journalistique. Nous nous sommes efforcés de le faire sans pour autant nous attacher à ce qui pourrait constituer l'écume des phénomènes constatés : une recherche fiable et documentée ne saurait en effet se satisfaire d'une observation « en direct » des phénomènes étudiés.

Pour ce qui est des perspectives en termes de travaux de recherche sur le fact-checking en France, nous indiquerons ici quelques pistes uniquement, tant le champ

des possibles est vaste, au regard du peu de publications existantes. Les thématiques à étudier peuvent en effet tout aussi bien concerner la pratique journalistique elle-même que ses implications et conséquences, ses effets.

Nous citerons donc, sans davantage nous y attarder ici, la question des effets liés à la diffusion de tels contenus de vérification politique. Cela pourrait bien entendu concerner aussi bien l'effet sur les politiques eux-mêmes (corrigent-ils leurs discours et arguments ? réagissent-ils face aux rédactions qui les contredisent ? quelle communication politique particulière choisissent-ils dans ce contexte ? etc.), l'effet sur le public (accepte-t-il de corriger sa propre perception des arguments de son camp politique ? est-il séduit par la présentation des corrections qui lui sont offertes ? etc.) et l'effet sur les journalistes eux-mêmes. Nous pouvons également citer les aspects techniques et technologiques qui sont appelés à renforcer l'impact du fact-checking politique et de la vérification plus générale des contenus. Tout comme il pourrait être nécessaire de traiter les aspects économiques de l'émergence et du développement de telles pratiques, alors que les rédactions disposent de stratégies pas vraiment uniformes en la matière et que des acteurs aussi puissants que *Google* et *Facebook* investissent indirectement ce créneau de la vérification...

Nul doute d'ailleurs que, dans un avenir relativement proche, les approches de la recherche autour du fact-checking vont se multiplier. Aux États-Unis, tout particulièrement, non seulement des organisations perçoivent depuis plusieurs années des centaines de milliers de dollars pour faire progresser la compréhension de ce phénomène ; mais, de plus, à l'été 2017, l'International Fact-Checking Network annonçait avoir levé auprès des fondations Omidyar Network et Open Society, quelque 1,3 millions de dollars pour renforcer la présence et la pertinence du fact-checking dans le monde. De tels investissements, mais également l'intégralité des possibilités offertes par une telle thématique de recherche en sciences de l'information et de la communication, en journalisme, nous font dire qu'il y a dans le fact-checking et la vérification plus globalement, un sujet d'étude qui reste, pour une part – et nous l'espérons, à partir de notre propre travail – à explorer.

Bibliographie

OUVRAGES

Ouvrages scientifiques

ÉCONOMIE

CAGÉ Julia, *Sauver les médias : capitalisme, financement participatif et démocratie*, Paris, Seuil, 2015, 115 p.

LE FLOCH Patrick et SONNAC Nathalie, *Économie de la presse*, Paris La Découverte, 2005, 128 p.

SONNAC Nathalie et GABSEWICZ Jean, *L'industrie des médias à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, 2013, 128 p.

HISTOIRE

ALBERT Pierre, *Histoire de la presse*, Paris, Presses universitaires de France, 2000, 127 p.

DELPORTE Christian, *Les journalistes en France, 1880-1950, Naissance et construction d'une profession*, Paris, Le Seuil, 1999, 449 p.

EVENO Patrick, *La presse*, Paris, Presses Universitaires de France, 2010, 128 p.

FERENCZI Thomas, *L'invention du journalisme en France, Naissance de la presse moderne à la fin du XIX^e siècle*, Paris, Plon, 1996, 269 p.

JEANNENEY Jean-Noël, *Une histoire des médias des origines à nos jours*, Paris, Le Seuil, 1996, 381 p.

JOURNALISME

ANGLART Véronique, *Connaissance d'une œuvre : « La Chute »*, Rosny, Bréal, 2008, 128 p.

BALLE Francis, *Médias et sociétés*, Paris, Montchrestien, 2005, 721 p.

BERNIER Marc-François, *Éthique et déontologie du journalisme*, Québec, Presses de l'université Laval, 2014, 395 p.

BERTRAND Claude-Jean (dir.), *Médias, introduction à la presse, la radio et la télévision*, Paris, Ellipses, 1995, 318 p.

BOREL Brooke, *The Chicago Guide to Fact-Checking*, Chicago, The University of Chicago Press, 2016, 174 p.

BRIN Colette, BONVILLE Jean (de), CHARRON Jean, *Nature et transformation du journalisme*, Québec, Presses de l'université de Laval, 2005, 449 p.

BRONNER Gérald, *La démocratie des crédules*, Paris, Presses universitaires de France, 2013, 360 p.

CAGÉ Julia, HERVÉ Nicolas et VIAUD Marie-Luce, *L'information à tout prix*, Paris, Ina Éditions, 2017, 220 p.

CHARON Jean-Marie, *Les journalistes et leur public : le grand malentendu*, Paris, Vuibert, 2007, 245 p.

CHARON Jean-Marie et MERCIER Arnaud (coord.), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, Paris, CNRS, Hermès n°35, 2003, 331 p.

CORNU Daniel, *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*, Genève, Labor et Fides, 1994, 510 p.

CORNU Daniel, *Tous connectés ! Internet et les nouvelles frontières de l'info*, Genève, Labor et Fides, 1994, 217 p.

DEGAND Amandine, GREVISSE Benoît (dir.), *Journalisme en ligne : Pratiques et recherches*, Bruxelles, De Boeck, 2012, 365 p.

DEUZE Mark, *Media Work*, Cambridge, Polity Press, 2007, 288 p.

ESTIENNE Yannick, *Le journalisme après Internet*, Paris, L'Harmattan, 2008, 320 p.

GAUTHIER Gilles, GOSSSELIN André et MOUCHON Jean (coord.), *Communication et politique*, Paris, CNRS, Hermès n°17-18, 2003, 422 p.

GRAVES Lucas, *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism*, New York, Columbia University Press, 2016, 336 p.

GRAVES Lucas, *Deciding What's True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News*, thèse de doctorat en communication, New York, Columbia University, 2013, 312 p.

GRAVES Lucas et GLAISYER Tom, *The Fact-Checking Universe in Spring 2012, An Overview*, Washington, New America Foundation, 2012, 24 p. Disponible sur : <https://www.issuelab.org/resources/15317/15317.pdf> (page consultée le 24 septembre 2017).

GREVISSE, Benoît, *Déontologie du journalisme : enjeux éthiques et identités professionnelles*, Bruxelles, De Boeck, 2010, 318 p.

HEINDERYCKX François, *La malinformation : Plaidoyer pour une refondation de l'information*, Bruxelles, Labor, 2003, 95 p.

JOUËT Josiane, RIEFFEL Rémy (dir.), *S'informer à l'ère numérique*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2013, 200 p.

LAGNEAU Éric, *L'objectivité sur le fil*, thèse de doctorat en science politique, Paris, Institut d'études politiques, 2010, 976 p.

LE BŒUF Claude et PÉLISSIER Nicolas, dir., *Communiquer l'information scientifique : éthique du journalisme et stratégies des organisations*, Paris, L'Harmattan, 2003, 392 p.

LE CAM Florence, RUELLAN Denis (dir.), *Changements et permanences du journalisme*, Paris, L'Harmattan, 2014, 258 p.

LE CHAMPION Rémy (dir.), *Journalisme 2.0*, Paris, La Documentation française, 2012, 256 p.

LEGAVRE Jean-Baptiste (dir.), *L'informel pour informer. Les journalistes et leurs sources*, Paris, Éditions Pepper / L'Harmattan, 2014, 260 p.

LETEINTURIER Christine (dir.), *Les journalistes français et leur environnement : 1990-2012. Le cas de la presse d'information générale et politique*, Paris, Éditions Panthéon-Assas, 2014, 240 p.

MATHIEN Michel, *Les Journalistes*, Paris, Presses universitaires de France, 1995, 128 p.

MERCIER Arnaud (coord.), *Le journalisme*, Paris, CNRS, 2009, 166 p.

MINDICH, David T.Z., *Just the Facts, How Objectivity Came to Define American Journalism*, New-York, New York University Press, 1998, 200 p.

MOIRAND Sophie, *Les discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre*, Paris, Presses universitaires de France, 2007, 180 p.

MONTE Michel et PHILIPPE Gilles (dir.), *Genres & Textes. Déterminations, évolutions, confrontations. Études offertes à Jean-Michel Adam*, Presses universitaires de Lyon, coll. Textes & Langue, 2014, 354 p.

NYHAN Brendan, REIFLER Jason, *Misinformation and Fact-Checking: Research Findings from Social Science*, Washington, New America Foundation, 2012, 26 p.
Disponible sur : http://www.dartmouth.edu/~nyhan/Misinformation_and_Fact-checking.pdf (page consultée le 30 septembre 2017).

PALMER Michael, NICEY Jérémie, *Lexique subjectif de l'homme informant*, Paris, Éditions de l'Amandier, 2011, 328 p.

POPPER Karl, *La logique de la découverte scientifique*, Paris, Payot, 2007, 480 p.

RINGOOT Roselyne, *Analyser le discours de presse*, Armand Colin, coll. Icom, 2014, 224 p.

RINGOOT Roselyne et UTARD Jean-Michel (dir.), *Les genres journalistiques : savoirs et savoir-faire*, L'Harmattan, coll. Communication et Civilisation, 2009, 276 p.

RINGOOT Roselyne et UTARD Jean-Michel (dir.), *Le journalisme en invention : nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Presses universitaires de Rennes, coll. Res Publica, 2006, 218 p.

RUELLAN Denis, *Le professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1993, 240 p.

SIRE Guillaume, *Les moteurs de recherche*, Paris, La Découverte, 2016, 128 p.

TUNSTALL Jeremy, *Journalists at Work*, Londres, Constable & Robinson, 1971, 304 p.

VAILLANT Alain (dir.), *Baudelaire journaliste, articles et chroniques*, Paris, Flammarion, 2011, 381 p.

WINTERSIECK Amanda, *The Rise and Impact of Fact Checking in U.S. Campaigns*, thèse de doctorat en science politique, Tempe, Arizona State University, 2015, 288 p.
Disponible sur :

https://repository.asu.edu/attachments/150590/content/Wintersieck_asu_0010E_1487_3.pdf (page consultées le 30 septembre 2017).

WOLTON Dominique, *Informers n'est pas communiquer*, Paris, CNRS Éditions, 150 p.

SÉMIOLOGIE

CHARAUDEAU Patrick, *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, Bruxelles, De Boeck, 2011, 256 p.

SOCIOLOGIE

BERNOUX Philippe, *La sociologie des entreprises*, Paris, Points, 2009, 416 p.

BERNOUX Philippe, *La sociologie des organisations*, Paris, Points, 2014, 480 p.

BOURDIEU Pierre, *Sur la télévision*, Paris, Raisons d'agir, 1996, 96 p.

COBB Roger, ELDER Charles, *Participation in American Politics : The Dynamics of Agenda-Building*, Boston, Allyn and Bacon, 1972, 192 p.

CROZIER Michel., FRIEDBERG Erhard., *L'acteur et le système*, Paris, Points, 2014, 512 p.

DUBAR Claude, *La socialisation, Construction des identités sociales et professionnelles*, Paris, Armand Colin, 2010, 256 p

DUBAR Claude, *La crise des identités. L'interprétation d'une mutation*, Paris, Presses universitaires de France, 2000, 256 p.

LEMIEUX Cyril, *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Anne-Marie Métailié, 2000, 468 p.

NEVEU Érik, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, 2009, 128 p.

RIEFFEL Rémy, *Que sont les médias ? Pratiques, Identités, Influences*, Paris, Gallimard, 2005, 534 p.

RIEFFEL Rémy, *Sociologie des médias*, Paris, Ellipses, 2010, 223 p.

SCHUDSON Michael, *The Sociology of News*, New York, W.W. Norton & Company, 2011, 280 p.

Ouvrages professionnels et manuels

AGNÈS Yves, *Manuel de journalisme*, Paris, La Découverte, 2008, 473 p.

ANTHEAUME Alice, *Le journalisme numérique*, Paris, Les Presses Sciences Po., 2013, 186 p.

BABAKAR Mevan, MOY Will, *The State of Automated Factchecking: How to Make Factchecking Dramatically More Effective with Technology We Have Now*, Full Fact, 2016, p.19.

Disponible sur: https://fullfact.org/media/uploads/full_fact-the_state_of_automated_factchecking_aug_2016.pdf (page consultée le 30 septembre 2017).

BE DIAF Linda, *Journalistes 2.0. Usages et dilemmes des journalistes contemporains*, Paris, L'Harmattan, 2014, 222 p.

BÈGE Jean-François, *Manuel de la rédaction. Les techniques journalistiques de base*, Paris, CFPJ Éditions, 2007, 125 p.

BOUVIER Jérôme (dir), *(S')informer dans dix ans : 12 regards vers demain*, Paris, Alliance Internationale de Journalistes, 2017, 60 p.

BRUSINI Hervé, *Copie conforme. Pourquoi les médias disent-ils tous la même chose ?*, Paris, Le Seuil, 2011, 130 p.

COUVE Philippe et KAYSER-BRIL Nicolas, *Médias, nouveaux modèles économiques et questions de déontologie*, Paris, Alliance internationale de journalistes, 2010, 108 p.

DAUDET Léon, *Bréviaire du journalisme*, Paris, Gallimard, 1936, 253 p.

DAUTREPPE Corentin, PARROT Clément, VAUDANO Maxime, *Lui Président. Que reste-t-il des promesses de François Hollande ?*, Paris, Armand Colin, 224 p.

DOBBS Michael, *The Rise of Political Fact-checking, How Reagan Inspired a Journalistic Movement*, Washington, New America Foundation, 2012, 18 p.

Disponible sur : <https://www.issueab.org/resources/15318/15318.pdf>

(page consultée le 25 septembre 2017).

GIRARDIN Émile (de), *Les droits de la pensée*, Paris, Serrière/ M. Levy frères / H. Plon [etc.], 1864, 620 p.

GORIUS Aurore, *Les nouvelles voies du journalisme d'enquête*, Paris, Alliance internationale de journalistes, 2014, 50 p.

GRAEFE Andreas, *Guide to Automated Journalism*, Tow Center for Digital Journalism, 2016, p.14. Disponible sur :

<https://towcenter.org/research/guide-to-automated-journalism/>

(page consultée le 30 septembre 2017).

GREVISSE Benoît, *Écritures journalistiques. Stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*, Bruxelles, De Boeck, 2008, 252 p.

GUÉNOLÉ Thomas, *Petit guide du mensonge en politique*, Paris, First, 2014, 160 p.

HARRISON SMITH Sarah, *The Fact Checkers Bible, A Guide to Getting It Right*, New York, Anchor Books, 2004, 174 p.

HUNTER Mark Lee, HANSON Nils, SABBAGH Rana, SENGERS Luuk, SULLIVAN Drew et THORDSEN Pia, *L'enquête par hypothèse : manuel du journaliste d'investigation*, Paris, Unesco, 2011, 82 p.

HUYGUE François-Bernard, *La désinformation : les armes du faux*, Paris, Armand Colin, 2016, 192 p.

JOANNÈS Alain, *Le journalisme à l'ère électronique*, Paris, Vuibert, 2007, 245 p.

KAYSER-BRIL Nicolas (dir.), *Guide du datajournalisme*, Paris, Eyrolles, 2013, 220 p.

KOVACH Bill et ROSENSTIEL Tom, *Principes du journalisme. Ce que les journalistes doivent savoir et ce que le public doit exiger*, Paris, Gallimard, 2004, 380 p.

LÉVRIER Alexis, *Le contact et la distance : le journalisme politique eu risque de la connivence*, Les Petits Matins, coll. Médias, politique & communication, 2016, 192 p.

MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc, *Décryptez l'information*, Toulouse, Dangles, 2014, 96 p.

MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc, *Le guide de l'écriture journalistique*, Paris, La Découverte, 2009, 256 p.

MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc, *L'information responsable. Un défi démocratique*, Paris, Charles, Léopold Mayer, 2006, 281 p.

MATHIOT Cédric, *Petit précis des bobards de campagne*, Paris, Presses de la Cité, 2012, 202 p.

MOURIQUAND Jacques, *L'écriture journalistique*, Paris, Presses universitaires de France, 1997, 126 p.

MUZET Denis, *La mal info*, La Tour d'Aigues, Éditions de l'Aube, 2006, 144 p.

PIGEAT Henri, *Médias et déontologie, Règles du jeu ou jeu sans règles*, Paris, Presses universitaires de France, 1997, 322 p.

SCHERER Éric, *A-t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un journalisme augmenté*, Paris, Presses universitaires de France, 2011, 192 p.

SILVERMAN Craig, *Regret The Error, How Media Mistakes Pollute The Press And Imperil Free Speech*, New York, Union Square Press, 2007, 384 p.

SOCIÉTÉ DE GENS DE LETTRES, *La décade philosophique, littéraire et politique*, Paris, 30 décembre 1796, n°10, p.42. Disponible sur : <http://bit.ly/2fIS4Fr> (page consultée le 2 mai 2017).

TESSIER Marc et BAFFERT Maxime, *La presse au défi du numérique. Rapport au ministre de la culture et de la communication*, Paris, La Documentation française, 2007, 126 p.

VERFAILLIE Bertrand, *Les Français, les médias et les journalistes : la confiance saigne*, Paris, Alliance internationale de journalistes, 2013, 50 p.

ARTICLES

Articles scientifiques

AMAZEEN Michelle, « Revisiting The Epistemology of Fact-Checking », *Critical Review: A Journal of Politics And Society*, 27-1, 2015, pp. 1-22

AMAZEEN Michelle, « Checking the Fact-Checkers in 2008: Predicting Political Ad Scrutiny and Assessing Consistency », *Journal of Political Marketing*, 2014, pp. 433-464

AMAZEEN Michelle, THORSON Emily, MUDDIMAN Ashley, GRAVES Lucas, « A Comparison of Correction Formats: The Effectiveness and Effects of Rating Scale versus Contextual Corrections on Misinformation », *American Press Institute*, 2015, 20 p. Disponible sur : <http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/The-Effectiveness-of-Rating-Scales.pdf> (page consultée le 30 septembre 2017).

AMAZEEN Michelle, « Making a Difference? A Critical assessment of Fact-Checking in 2012 », *New America Foundation*, 2013, 40 p.

AUGEY Dominique, REBILLARD Franck (coord.), « L'économie du journalisme », *Les Cahiers du journalisme*, 20, 2009, pp. 10-21

BARRERA Oscar, GURIEV Sergei, HENRY Emeric, ZHURAVSKAYA Ekaterina, « Facts, Alternative Facts, and Fact Checking in Times of Post-Truth Politics », non publié, 2017, 70 p. Disponible sur : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3004631 (page consultée le 9 octobre 2017).

BAUTIER Roger, CAZENAVE Elisabeth, « L'instauration de la presse anglaise et américaine en modèle pour la France », *Revue européenne d'histoire sociale*, 4, 2002, pp. 17-27

BERNIER Marc-François, « Une vision systémique de la vérité en journalisme », *Les Cahiers du Journalisme*, 13, 2004, pp. 124-131

BIGOT Christophe, « La bonne foi du journaliste : état des lieux », *Legicom*, 28, 2002, pp. 73-84

BRUNO Nicola, « Tweet first, verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events », *Reuters Institute for the study of journalism*, 2011, 77 p.

CHAMPAGNE Patrick, « La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique », in MERCIER Arnaud (coord.), *Le journalisme*, Paris, CNRS, 2009, pp. 129-146

CHARAUDEAU Patrick, « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives », *Semen, Énonciation et responsabilité dans les médias*, 22, 2006.

CHARON Jean-Marie, « Les médias à l'ère numérique », *Les Cahiers du journalisme*, 22/23, 2011, pp. 14-26

CHARON Jean-Marie, « La place du journaliste dans la conduite du débat démocratique », *Recherches en communication*, 20, 2003, pp. 155-172. Disponible sur : <http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/viewFile/4561/4291> (page consultée le 25 septembre 2017).

CHARRON Jean, « Les médias et les sources. Les limites du modèle de l'agenda-setting », *Hermès, La Revue*, 17-18, 1995, pp. 73-92

- DAGIRAL Éric et PARASIE Sylvain (dir.), « Presse en ligne », *Réseaux*, La Découverte, 28, pp. 160-161, 2010.
- DEGAND Amandine, « Le multimédia face à l'immédiat. Une interprétation de la reconfiguration des pratiques journalistiques selon trois niveaux », *Communication*, 29/1, 2011.
- DELFORCE Bernard et ESTIENNE Yannick (dir.), « Le journalisme numérique : formes, formats, frontières », *Les Cahiers du journalisme*, 22-23, 2011.
- DEMERS François et PÉLISSIER Nicolas, « Recherches sur le journalisme. Un savoir dispersé en voie de structuration », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 5, 2014.
- DUBOIS Julie, « Bouleversements médiatiques et qualité de l'information. Enquête auprès de 121 professionnels de l'information québécois », *Les études de communication publique*, 20, 2016, 84 p.
- FERENCZI Thomas, « L'éthique des journalistes au XIXe siècle », *Le Temps des médias*, 1, 2003, pp. 190-199
- FEYEL Gilles, « Aux origines de l'éthique des journalistes : Théophraste Renaudot et ses premiers discours éditoriaux (1631-1633) », *Le Temps des Médias*, 1, 2003, pp. 175-189
- GANDIN Jérémie, SAVARY Pierre, VANMERRIS Corinne, « Le numérique redessine les contours de la profession », *Les Cahiers du Journalisme*, 21, 2010, pp. 194-205
- GARRETT Kelly, NISBET Erik, LYNCH Emily, « Undermining The Corrective Effects of Media-Based Political Fact-Checking? The Role of Contextual Cues and Naïve Theory », *Journal of Communication*, 63, 2013, pp. 617-637. Disponible sur :

<http://rkellygarrett.com/wp-content/uploads/2014/05/Garrett-et-al.-Undermining-Corrective-Effects1.pdf> (page consultée le 30 septembre 2017).

GOTTFRIED Jeffrey A., Gottfried, HARDY Bruce W., WINNEG Kenneth M. *et al.*, « Did Fact-Checking Matter in the 2012 Presidential Campaign? », *American Behavioral Scientist*, 57, 2013, pp. 303-330

GOMEZ-MEJIA Gustavo, NICEY Jérémie, VAEZI Shabnam (dir.), « Les pouvoirs éditoriaux de Google », *Communication & Langages*, n°188, 2016.

GRAVES Lucas, NYHAN Brendan, REIFLER Jason, « Understanding Innovations in Journalistic Practice: A Field Experiment Examining Motivations for Fact-Checking », *Journal Of Communication*, 66, 2016, pp. 102-138.

GRAVES Lucas, CHERUBINI Federica, « The Rise of Fact-checking Sites in Europe », Oxford, *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 1, 2016, 40 p.

LANGLOIS Simon et SAUVAGEOT Florian, « Les journalistes des quotidiens québécois et leur métier », *Politique*, 2 (vol.1), 1982, pp. 5-39

LAUGÉE Françoise, « Fact-checking », *La revue européenne des médias et du numérique*, 20, automne 2011, p. 52

LAUGÉE Françoise, « Post-vérité », *La revue européenne des médias et du numérique*, 41, hiver 2016-2017, pp. 73-76

LIM Chloe, « Checking How Fact-checkers Check », *Stanford University*, Palo Alto, 2017, 16 p.

MAIER Scott, « Accuracy Matters: A Cross-Market Assessment of Newspaper Errors and Credibility », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2005, 82/3, pp. 533-551. Disponible sur :

https://www.researchgate.net/publication/241655705_Accuracy_Matters_A_Cross-Market_Assessment_of_Newspaper_Error_and_Credibility (page consultée le 24 septembre 2017).

MARIETTA Morgan, BARKER David, BOWSER Todd, « Fact-Checking Polarized Politics: Does The Fact-Check Industry Provide Consistent Guidance on Disputed Realities? », *The Forum*, Berlin, 13(4), 2015, pp. 577-596

MARTY Emmanuel, REBILLARD Franck, POUCHOT Stéphanie *et al.*, « Diversité et concentration de l'information sur le web. Une analyse à grande échelle des sites d'actualité français », *Réseaux*, 30-176, 2012, pp. 29-72

MATHIEN Michel, « De la raison d'être du journaliste », *Communication et langages*, 98, 1993 pp. 62-75

MCCOMBS Maxwell, SHAW Donald, « The agenda-setting function of mass media », *Public Opinion Quarterly*, vol.36, 2, 1972, pp. 167-187

MERCIER Arnaud, « Pour la communication politique », *Hermès*, 28/1, 2004, pp.70-76

MERCIER Arnaud et PIGNARD-CHEYNEL Nathalie, « Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°5, 2014.

NAEEMUL Hassan, ADAIR Bill, HAMILTON James T. *et al.*, « The Quest to Automate Fact-Checking », *Columbia University*, octobre 2015, p. 1803-1812.
Disponible sur : <http://cj2015.brown.columbia.edu/papers/automate-fact-checking.pdf> (page consultée le 31 décembre 2016).

NKOT Fabien et MOUMOUNI Charles, « De la tentation positiviste au déterminisme constructiviste de la pratique journalistique : les faits sont-ils sacrés », *Les Cahiers du journalisme*, 13, 2004, pp. 12-23

NICEY Jérémie, « La certification de contenus collaboratifs à l'agence photo Citizenside : entre procédures nouvelles et fondamentaux anciens », *tic&société*, 6 (1), 2012. Disponible sur : <https://ticetsociete.revues.org/1183> (page consultée le 15 octobre 2017).

NYHAN Brendan, REIFLER Jason, « When Corrections Fail : The Persistence of Political Misperceptions », *Political Behaviour*, 32, 2010, pp. 303-330

NYHAN Brendan, REIFLER Jason, « The Effect of Fact-Checking on Elites: A Field Experiment on US State Legislators », *New America Foundation*, 2013, 11 p.

NYHAN Brendan, REIFLER Jason, « Estimating Fact-Checking's Effects Evidence from a Long-Term Experiment During Campaign 2014 », *American Press Institute*, 2015, 17 p. Disponible sur : <http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/Estimating-Fact-Checkings-Effect.pdf> (page consultée le 30 septembre 2017).

PADIOLEAU Jean-Gustave, « Systèmes d'interaction et rhétoriques journalistiques », *Sociologie du travail*, vol. 18, 3, 1976, pp. 256-282

PEW RESEARCH CENTER, *State of the News Media*, Washington, Pew Research Center, 2011, 115 p.

PEW RESEARCH CENTER, *State of the News Media*, Washington, Pew Research Center, 2016, 118 p.

PIGNARD-CHEYNEL Nathalie et SEBBAH Brigitte, « Le live-blogging : les figures co-construites de l'information et du public participant », *Sur le journalisme*, 4 (2), 2015

PIGNARD-CHEYNEL Nathalie et SEBBAH Brigitte, « L'identité des journalistes du Web dans des récits de soi », *Communication*, 32/2, 2013. Disponible sur : <http://communication.revues.org/5045> (page consultée le 30 septembre 2017).

RABATEL Alain, « Les apports de l'analyse des discours médiatiques : de l'interprétation des données à la critique des pratiques discursives et sociales », *Dacoromania*, 18, 2013, pp. 35-50

REBILLARD Franck (dir.), « Internet et pluralisme de l'information », *Réseaux*, n°176, 2012.

REBILLARD Franck, « Journalisme en ligne et information instantanée », *INA Expert*, octobre 2012. Disponible sur : <https://www.ina-expert.com/e-dossier-de-l-audiovisuel-journalisme-internet-libertes/journalisme-en-ligne-et-information-instantanee.html> (page consultée le 7 juin 2017).

RINGOOT Roselyne, ROCHARD Yvon, « Proximité éditoriale : normes et usages des genres journalistiques », *Mots. Les langages du politique*, 77, 2005, pp. 73-90

SAITTA Eugénie, « Les journalistes politiques et leurs sources. D'une rhétorique de l'expertise critique à une rhétorique du cynisme », *Mots*, 87, 2008, pp. 113-128

SCHÄFER Maximilian, « Science journalism and fact-checking », *Journal of Science Communication*, 10, 2011.

SHAPIRO Susan, « Caution ! This article has not been fact checked !, Read at your own risk! Gatekeepers of Truth at American Magazines », American Bar Foundation, 1995, 87 p.

SWIRE Briony, BERINSKY Adam, LEWANDOWSKI Stephan, ECKER Ullrich, « Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon », *Royal Society Open Science*, Londres, 4, 2017

THÉRENTY Marie-Eve, « Pour une histoire littéraire de la presse au XIX^e siècle », *Revue d'histoire littéraire de la France*, 103, 2003, pp. 625-635

USCINSKI Joseph, BUTLER Ryden, « The Epistemology of Fact-Checking », *Critical Review: A Journal of Politics And Society*, 25-2, 2013, pp. 162-180.

Disponible sur :

http://www.joescinski.com/uploads/7/1/9/5/71957435/critical_review.pdf (page consultée le 30 septembre 2017).

WATINE Thierry, « Journalisme et complexité », *Les cahiers du journalisme*, 3, 1997, pp. 14-25

WINTERSIECK Amanda, FRIDKIN Kim, « The Rise of Fact Checking in American Political Campaigns », *The Praeger Handbook of Political Campaigning in the United States*, New York, 2016, pp. 145-163

WOLTON Dominique, « Journalistes, une si fragile victoire... », in MERCIER Arnaud (coord.), *Le journalisme*, Paris, CNRS, 2009, pp. 43-60

WOOD Thomas, PORTER Ethan, « The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence », *American Political Science Association*, 2016.

Articles, rapports et autres écrits professionnels

ADAIR Bill, « Reporters' Lab to experiment with pop-up fact-checking during debate », *DukeReportersLab*, 2016. Disponible sur : <https://reporterslab.org/reporters-lab-experiment-pop-fact-checking-debate/> (page consultée le 7 août 2017).

ADAIR Bill et DROBNIC HOLAN Angie, « The Principles of PolitiFact, PunditFact and the Truth-O-Meter », *PolitiFact*, 1er novembre 2013. Disponible sur : <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/> (page consultée le 30 décembre 2016).

AMERICAN PRESS INTITUTE, « American Press Institute announces major project to improve fact-checking journalism », *American Press Institute*, 2 juin 2014. Disponible sur : <https://www.americanpressinstitute.org/news-releases/american-press-institute-announces-major-project-improve-fact-checking-journalism/> (page consultée le 3 août 2017).

AMERICAN PRESS INTITUTE, « Research: What works, what doesn't, what's promising in accountability journalism », *American Press Institute*. Disponible sur : <https://www.americanpressinstitute.org/fact-checking-research-studies/fact-checking-research-what-works-what-doesnt-whats-promising-in-accountability-journalism/> (page consultée le 3 août 2017).

AMERICAN PRESS INTITUTE, « Fact-checking research », *American Press Institute*. Disponible sur : <https://www.americanpressinstitute.org/fact-checking-research-studies/> (page consultée le 3 août 2017).

ANTOINE Dominique, BENHAMOU Françoise, EVENO Patrick *et al.*, *Rapport à Mme Aurélie Filippetti, ministre de la culture et de la communication sur les aides à la presse*, Paris, La Documentation française, 2013, 42 p.

BERNARD Daniel, « Les mensonges ça suffit ! », *Marianne*, 19 décembre 2012. Disponible sur : <https://www.marianne.net/politique/les-mensonges-ca-suffit> (page consultée le 13 juin 2017).

BRADNER Eric, « Conway: Trump White House offered 'alternative facts' on crowd size », *CNN*, 23 janvier 2017. Disponible sur : <http://edition.cnn.com/2017/01/22/politics/kellyanne-conway-alternative-facts/> (page consultée le 8 mai 2017).

BRADSHAW Paul, « Content, context and code: verifying information online », *Online Journalism Blog*, 26 janvier 2011. Disponible sur : <https://onlinejournalismblog.com/2011/01/26/verifying-information-online-content-context-code> (page consultée le 29 juillet 2016).

BRONNER Gérard, « Il faut réguler le marché de l'information sur Internet », *Pour la science*, 2017. Disponible sur : http://www.pourlascience.fr/ewb_pages/a/article-il-faut-reguler-le-marche-de-l-information-sur-internet-38087.php (page consultée le 11 août 2017).

BUMP Philip, « Now you can fact-check Trump's tweets – in the tweets themselves », *The Washington Post*, 19 décembre 2016. Disponible sur : https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/12/16/now-you-can-fact-check-trumps-tweets-in-the-tweets-themselves/?utm_term=.d9705cac1e97 (page consultée le 31 décembre 2016).

CARASCO Aude, « Baromètre des médias, les Français veulent une information vérifiée », *La Croix*, 2 février 2017. Disponible sur : <http://www.la-croix.com/Economie/Medias/Barometre-medias-Francais-veulent-information-verifiee-2017-02-02-1200821914> (page consultée le 2 mai 2017).

CHARON Jean-Marie, « Baromètre social de l'emploi des journalistes en 2017 », Assises du journalisme et de l'information de Tours, 2017, 15 p. Disponible sur : <http://www.journalisme.com/les-assises/les-bilans-des-assises/1734-le-barometre-social-2016-bilan-de-l-emploi-des-journalistes-en-2016> (page consultée le 21 septembre 2017)

CHARON Jean-Marie, *Presse et numérique : l'invention d'un nouvel écosystème, Rapport à madame la ministre de la Culture et de la Communication*, Paris, La Documentation française, juin 2015, 106 p.

CHARON Jean-Marie, « Le fact checking constitue-t-il forcément une avancée démocratique ? », *Atlantico*, 22 février 2013. Disponible sur : <http://www.atlantico.fr/decryptage/fact-checking-constitue-t-forcement-avancee-democratique-jean-marie-charon-643834.html#9f2o8wzWoQiKhERB.99> (page consultée le 13 juin 2017).

CHÉRON Bénédicte, « Onfray et l'objectivité discutable du fact-checking », *Le Figaro*, 24 septembre 2014. Disponible sur : <http://www.lefigaro.fr/vox/medias/2014/09/24/31008-20140924ARTFIG00362-michel-onfray-et-l-objectivite-bidon-du-fact-checking.php> (page consultée le 1er août 2017).

CSA, « Traitement des attentats par les télévisions et les radios : le Conseil rend ses décisions », *Conseil supérieur de l'audiovisuel*, 12 février 2015. Disponible sur : www.csa.fr/Espace-Presses/Communiqués-de-presses/Traitement-des-attentats-par-les-televvisions-et-les-radios-le-Conseil-rend-ses-decisions (page consultée le 27 juillet 2016)

DAMGÉ Mathilde, « 3 idées reçues sur les Décodeurs », *Le Monde*, 10 mars 2015. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/03/10/3-idees-recues-sur-les-decodeurs_4590793_4355770.html (page consultée le 26 juillet 2017).

DELGENES Jean-Claude (dir.), *2010-2015, Changements et évolutions des métiers du journalisme*, Paris, Technologia, 2015, 86 p.

DE VOOGD Christophe, « Petit manuel de vérification à l'usage des apprentis fact-checkers », *Atlantico*, 18 janvier 2016.

Disponible sur : <http://www.atlantico.fr/rdv/rhetorico-laser/petit-manuel-verification-usage-apprentis-fact-checkers-christophe-voogd-2545516.html> (page consultée le 7 juin 2017).

DROBNIC HOLAN Angie, « 7 steps to better fact-checking », *PolitiFact*, 20 août 2014. Disponible sur : <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2014/aug/20/7-steps-better-fact-checking/> (page consultée le 30 décembre 2016).

DROBNIC HOLAN Angie, SHAROCKMAN Aaron, « Fact-checking President-Elect Donald Trump », *Politifact*, 2016. Disponible sur: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2016/nov/09/fact-checking-donald-trump-2016/> (page consultée le 6 août 2017).

DUNLOP Tim, « Fact-checking sites are a symptom, not a cure », *King's Tribune*, 10 juillet 2013. Disponible sur : <http://www.kingstribune.com/index.php/weekly-email/item/1841-fact-checking-sites-are-a-symptom-not-a-cure> (page consultée le 24 septembre 2017).

EUTROPE Xavier, « Si une rumeur politique se trouve sur le web, je la démens sur le web », *Ina Global*, 2017.

Disponible sur: <http://www.inaglobal.fr/numerique/article/si-une-rumeur-politique-se-trouve-sur-le-web-je-la-demens-sur-le-web-9678> (page consultée le 6 août 2017).

FACTCHECK, « Our mission », 2003. Disponible sur : <http://www.factcheck.org/about/our-mission/> (page consultée le 30 décembre 2016)

FRANÇAIX Michel, « Avis présenté au nom de la commission des affaires culturelles et de l'éducation sur le projet de loi de finances pour 2013 », Tome VI « Médias, livre et industries culturelles, presse », 252, 2012, p.8 Disponible sur : <http://www.assemblee-nationale.fr/14/pdf/budget/plf2013/a0252-tVI.pdf> (page consultée le 25 septembre 2017).

FRITZ Ben, KEEFER Bryan, NYHAN Brendan, « About Spinsanity », *Spinsanity*, avril 2001. Disponible sur : <http://spinsanity.org/about/> (page consultée le 30 décembre 2016).

GILLIN Joshua, « PolitiFact's guide to fake news websites and what they peddle » », *PolitiFact*, 20 avril 2017. Disponible sur : <http://www.politifact.com/punditfact/article/2017/apr/20/politifact-guide-fake-news-websites-and-what-they/> (page consultée le 11 août 2017).

GINGRAS Richard, « Labeling fact-check articles in Google News », *Google*, 13 octobre 2016. Disponible sur : <https://www.blog.google/topics/journalism-news/labeling-fact-check-articles-google-news/> (page consultée le 31 décembre 2016).

GUÉGAN Yann, « L'info était bidon... mais elle est toujours en ligne sur ton site, coco », *Dans mon labo*, 18 août 2016. Disponible sur : <http://dansmonlabo.com/2016/08/18/info-etait-bidon-mais-elle-est-toujours-en-ligne-sur-ton-site-dactu-1142/> (page consultée le 6 janvier 2017).

GUERRINI Federico, « From traditional to online fact-checking », *Oxford Magazine*, Eighth Week, Trinity Term, 2013. Disponible sur : https://docuri.com/download/from-traditional-to-online-fact-checking_59c1dadff581710b28681ea6_pdf (page consultée le 25 septembre 2017).

HAIK Cory, « Debuting Truth Teller From the Washington Post, Real-Time Lie Detection Service at Your Service », *Knightfoundation.org*, 29 juillet 2013. Disponible sur : <http://www.knightfoundation.org/articles/debuting-truth-teller-washington-post-real-time-lie-detection-service-your-service-not-quite-yet> (page consultée le 31 décembre 2016)

HENRY Emeric, « Face au FN, la vérité reste impuissante », *Le Monde*, 4 mai 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/idees/article/2017/05/04/si-le-fact-checking-permet-de-corriger-les-faits-il-n-a-pas-d-effets-sur-les-intentions-de-vote_5122264_3232.html (page consultée le 14 juin 2017).

IFCN, « International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles », *International fact-checking network*, 15 septembre 2016. Disponible sur : <http://www.poynter.org/fact-checkers-code-of-principles/> (page consultée le 28 juillet 2017).

JAFAR Yasmina, « Stéphane Soumier ou le combat contre le data checking. » *La Ruche Média*, 3 novembre 2014. Disponible sur : <http://www.laruchemedia.com/2014/11/stephane-soumier-ou-le-combat-contre-le-data-et-fact-checking/> (page consultée le 8 juin 2017).

JEBRIL Nael, « Is Watchdog Journalism Satisfactory Journalism? A Cross-national Study of Public Satisfaction with Political Coverage », *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2013.

KAYSER-BRIL (dir.), *Datajournalisme*, Paris, Owni, 2010, 49 p. Disponible sur : http://owni.fr/files/2010/12/ebook_journalisme.pdf (page consultée le 30 juillet 2016).

KESSLER Glen, « About The Fact Checker », *The Washington Post*, 11 septembre 2013. Disponible sur : https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/about-the-fact-checker/?utm_term=.f223fb44a384 (page consultée le 30 décembre 2016)

KOEKKOEK Yves, « JeQ13 : Résultats bruts », *Yves-K.net*, 24 février 2013.

Disponible sur : <http://yves-k.net/recherches/26-journalistes-en-question-s/56-jeq13-resultats-bruts.html#.WQcxQvnyiUk> (page consultée le 2 mai 2017).

KOSSLYN Justin, YU Cong, « Fact Check now available in Google Search and News around the world », *Blog.Google*, 2017. Disponible sur :

<https://www.blog.google/products/search/fact-check-now-available-google-search-and-news-around-world/> (page consultée le 7 août 2017).

LA CROIX, « Baromètre des médias, l'intérêt des Français pour l'actualité au plus bas depuis 2012 », *La Croix*, 2 février 2017. Disponible sur : <http://www.la-croix.com/Economie/Medias/Barometre-medias-linteret-Francais-pour-lactualite-plus-depuis-2002-2017-02-02-1200821913> (page consultée le 2 mai 2017).

LAGUES Benjamin, « Le « fact checking » : une pratique féconde... mais pas autosuffisante », *Acrimed*, 12 novembre 2014. Disponible sur :

<http://www.acrimed.org/Le-fact-checking-une-pratique-feconde-mais-pas-auto-suffisante> (page consultée le 19 juin 2017).

LAPOINTE Pascal, « Quel avenir pour la vérification des faits ? », Agence Science-Press, 27 juillet 2017. Disponible sur :

<http://www.sciencepresse.qc.ca/actualite/detecteur-rumeurs/2017/07/27/avenir-pour-verification-faits> (page consultée le 9 août 2017).

LAURENT Samuel, « Les Décodeurs vont disparaître : info ou intox ? », *Les Décodeurs*, 28 février 2014. Disponible sur :

<http://decodeurs.blog.lemonde.fr/2014/02/28/les-decodeurs-vont-disparaitre-info-ou-intox/> (page consultée le 25 septembre 2017).

LAURENT Samuel, « Cher Stéphane », *Médium*, 4 novembre 2014. Disponible sur : <https://medium.com/@samuellaurent/cher-stephane-b7855cd3fb0> (page consultée le 8 juin 2017).

LAURENT Samuel, « Les dix enseignements d'un an de Décodeurs », *Le Monde*, 21 avril 2015. Disponible sur : <http://makingof.blog.lemonde.fr/2015/04/21/les-dix-enseignements-dun-an-de-decodeurs/> (page consultée le 21 juillet 2017).

LAURENT Samuel, « Le Fact-checking peut-il s'automatiser ? », *J'ai du bon data*, 23 octobre 2015. Disponible sur : <http://data.blog.lemonde.fr/2015/10/23/le-fact-checking-peut-il-sautomatiser/> (page consultée le 7 août 2017).

LAURENT Samuel, « Décodex: à l'heure de la "post-vérité" se battre pour les faits », *Le Monde*, 16 mars 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/le-blog-du-decodex/article/2017/03/16/decodex-a-l-heure-de-la-post-verite-se-battre-pour-les-faits_5095624_5095029.html (page consultée le 11 août 2017).

LAYNE Ken, post de blog archivé par le blogueur politique Glenn Reynolds sur son site Instapundit.com. Disponible sur : https://pjmedia.com/instapundit/archive/oldarchives/2001_12_09_instapundit_archive.html#7787796 (page consultée le 30 décembre 2016)

LE CANARD ENCHAÎNÉ, « Les comptes du Canard en 2016 », *Le Canard enchaîné*, mercredi 6 septembre 2017, p.4.

LES DÉCODEURS, « Le Décodex, un outil de vérification de l'information », *Le Monde*, 23 janvier 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/23/le-decodex-un-premier-premier-pas-vers-la-verification-de-masse-de-l-information_5067709_4355770.html (page consultée le 11 août 2017).

LEVER Rob, « Fact-Checkink Journalism Gains Monumentum », *AFP*, 12 avril 2014. Disponible sur : <http://news.tfionline.com/post/82678324772/fact-checking-journalism-gains-momentum> (page consultée le 1er août 2017).

L'EXPRESS.FR, « Conspirations, rumeurs, parodies : l'annuaire des sites « d'infax » », *L'Express*, 9 décembre 2016. Disponible sur : http://www.lexpress.fr/actualite/societe/conspirations-rumeurs-parodies-l-annuaire-des-sites-d-infax_1646237.html (page consultée le 11 août 2017).

LORDON Frédéric, « Politique post-vérité ou journalisme post-politique », *Le Monde Diplomatique*, 22 novembre 2016. Disponible sur : <http://blog.mondediplo.net/2016-11-22-Politique-post-verite-ou-journalisme-post> (page consultée le 7 juin 2017).

MARCÉ Carine, « Baromètre 2017 de la confiance des Français dans les média », *Kantar Public*, 2 février 2017. Disponible sur : <http://fr.kantar.com/m%C3%A9dias/digital/2017/barometre-2017-de-la-confiance-des-francais-dans-les-media/> (page consultée le 2 mai 2017).

MAURIAC Laurent et RICHE Pascal, « Le journalisme en ligne : transposition ou réinvention », *Esprit*, mars-avril 2009.

MERCIER Arnaud, « Post-vérité » : nouveau mot ou nouvelles réalités ? », *Ina Global*, 28 avril 2017. Disponible sur : <http://www.inaglobal.fr/idees/article/post-verite-nouveau-mot-ou-nouvelles-realites-9668> (page consultée le 5 mai 2017).

MITCHELL AMY (dir.), *The Evolving Role of News on Twitter and Facebook*, Washington, Pew Research Center, 2015, p.2. Disponible sur : <http://www.journalism.org/2015/07/14/the-evolving-role-of-news-on-twitter-and-facebook/> (page consultée le 25 septembre 2017).

NAVASKY Victor et LERNER Evan, *Magazines and Their Web Sites, A Columbia Journalism Review survey and report*, New York, Columbia University, 2010, 56 p. Disponible sur : http://cjrarchive.org/img/posts/CJR_Mag_Web_Report.pdf (page consultée le 25 septembre 2017).

NETZWERK RECHERCHE, *Fact-Checking:Fakten finden, Felher vermeiden*, Hambourg, Netzwerk Recherche-Werkstatt, n°16, 196 p. Disponible sur : <https://netzwerkrecherche.org/files/nr-werkstatt-16-fact-checking.pdf> (page consultée le 24 septembre 2017).

NEWMAN Nic (dir.), *Reuters Institute Digital News Report 2016*, Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016, p.24. Disponible sur : <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Digital%2520News%2520Report%25202016.pdf> (page consultée le 24 septembre 2017).

OBSERVATOIRE DE LA DÉONTOLOGIE DE L'INFORMATION, *Rapport annuel 2017 : l'information au cœur de la démocratie*, Paris, mars 2017, 63 p. Disponible sur : <http://www.odi.media/wp-content/uploads/2014/09/Linformation-au-coeur-de-la-de%CC%81mocratie.pdf> (page consultée le 24 septembre 2017).

OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DE LA PRESSE, « Les secteurs d'activité : ce qu'il faut retenir pour 2014 ». Disponible sur : <http://data.metiers-presse.org/overview.php#sector/alljournalists/2014/none> (page consultée le 3 août 2016).

OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DE LA PRESSE, « Âge moyen des journalistes français ». Disponible sur : <https://data.metiers-presse.org/overview.php#age/alljournalists/2014/none> (page consultée le 1er août 2017).

OBSERVATOIRE DES MÉTIERS DE LA PRESSE, « Répartition du nombre de journalistes par tranches d'âge et par cursus en 2015 ». Disponible sur : <https://lc.cx/cnGa> (page consultée le 1er août 2017).

OREMUS Will, « Only You Can Stop the Spread of Fake News », *Slate*, 13 décembre 2016. Disponible sur : http://www.slate.com/articles/technology/technology/2016/12/introducing_this_is_fake_slate_s_tool_for_stopping_fake_news_on_facebook.html (page consultée le 31 décembre 2016).

PARIENTÉ Jonathan, « Les Décodeurs sont-ils politiquement paritaires ? », *Le Monde*, 21 janvier 2014. Disponible sur : <http://decodeurs.blog.lemonde.fr/2014/01/21/les-decodeurs-sont-ils-politiquement-paritaires/> (page consultée le 26 juillet 2017).

PARIS MATCH, « Attentat de Nice : Timothé, mort en héros », *Paris Match*, 18 juillet 2016. Disponible sur : <http://www.parismatch.com/Actu/Societe/Attentat-de-Nice-Timothe-mort-en-heros-1021189> (page consultée le 5 mai 2017).

PLENEL Edwy, « Mediapart a neuf ans : nos comptes, nos résultats », *Mediapart*, 9 mars 2017. Disponible sur : <https://blogs.mediapart.fr/edwy-plenel/blog/090317/mediapart-neuf-ans-nos-comptes-nos-resultats> (page consultée le 8 août 2017).

POUCHARD Alexandre, ROUCAUTE Delphine, SÉNÉCAT Adrien, « Décodex : notre kit pour vérifier l'information à destination des enseignants (et des autres) », *Le Monde*, 3 février 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/02/03/decodex-notre-kit-pour-verifier-l-information-a-destination-des-enseignants-et-des-autres_5074257_4355770.html (page consultée le 11 août 2017).

QUATTROCCIOCHI Walter, « Désinformation sur les réseaux sociaux : ce que révèlent les statistiques », *Pour la science*, 2017. Disponible sur : http://www.pourlascience.fr/ewb_pages/a/article-desinformation-sur-les-reseaux-sociaux-ce-que-revelent-les-statistiques-38074.php (page consultée le 11 août 2017).

ROUCAUTE Delphine, « Le Monde s'engage dans l'éducation à l'information », *Le Monde*, 2 février 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/02/02/le-monde-s-engage-dans-l-education-a-l-information_5073215_4355770.html (page consultée le 11 août 2017).

SAUNERON Sarah et WINOCK Julien, *La presse à l'ère numérique : comment ajouter de la valeur à l'information*, Paris, Centre d'analyse stratégique, 253, 2011, 12 p. Disponible sur : <http://archives.strategie.gouv.fr/cas/system/files/2011-11-30-pressenumerique-na253.pdf> (page consultée le 25 septembre 2017)

SEETHARAMAN Deepa, « Facebook Drowns Out fake News With More Information », *Wall Street Journal*, 2017. Disponible sur : <http://on.wsj.com/2xRpacb> (page consultée le 3 août 2017).

SHEPPARD Judith, « Playing Defense, Levels of Fact-checking », *American Journalism Review*, sept. 1998. Disponible sur : <https://www.thefreelibrary.com/Playing+defense.-a021159726> (page consultée le 29 décembre 2016)

SILVERMAN Craig, « Lies, Damn Lies, and Viral Content: How News Websites Spread (and Debunk) Online Rumors, unverified, Claims, and Misinformation », *Tow Center for Digital Journalism*, 2015. Disponible sur : <https://towcenter.org/research/lies-damn-lies-and-viral-content/> (page consultée le 24 septembre 2017).

SILVERMAN Craig, *Guide de vérification. La référence de la vérification de contenu numérique pour la couverture d'événements dans l'urgence*, Maastricht, European Journalism Center, 2015, 127 p.

SILVERMAN Craig, « This Analysis Shows How Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook », BuzzFeed, 16 novembre 2016.

Disponible sur : https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.bbxz28VMQ#.qyJzYM29X (page consultée le 31 décembre 2016).

SIRINELLI Marie, *Autorégulation de l'information : comment incarner la déontologie ?*, Paris, La Documentation française, 2014, 79 p.

STENCEL Mark, « Global fact-checking up 50% in past year », *Duke Reporters' Lab*, 16 février 2016. Disponible sur : <http://reporterslab.org/global-fact-checking-up-50-percent> (page consultée le 30 décembre 2016).

STENCEL Mark, « Fact-checking booms as numbers grow by 20 percent », *Duke Reporters' Lab*, 30 juin 2017.

Disponible sur : <https://reporterslab.org/fact-checking-booms-as-numbers-grow-by-20-percent/> (page consultée le 3 août 2017).

SU Sarah, « News Feed FYI: New Test With Related Articles », *Newsroom.FB*, 2017.

Disponible sur : <http://bit.ly/2fDtNwJ> (page consultée le 7 août 2017).

TERNISIEN Xavier, « Les forçats de l'info », *Le Monde*, 26 mai 2009.

Disponible sur : http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2009/05/25/les-forcats-de-l-info_1197692_3236.html (page consultée le 25 septembre 2017).

VINER Katharine, « How technology disrupted the truth », *The Guardian*, 12 juillet 2016. Disponible sur : <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth> (page consultée le 31 décembre 2016).

WAKIM Nabil, « Les Décodeurs, mode d'emploi », *Les Décodeurs*, 3 novembre 2009. Disponible sur : <http://decodeurs.blog.lemonde.fr/page/22/> (page consultée le 21 décembre 2016).

WARDLE Claire, « Misinformation/Disinformation Reading List », *FirstDraftNews*, 1er juin 2016. Disponible sur: <https://firstdraftnews.com/misinformation-reading-list/> (page consultée le 10 octobre 2017).

WIKIPEDIA, « PolitiFact's guide to fake news websites and what they peddle » », *Wikipedia*, 2016. Disponible sur : https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_fake_news_websites (page consultée le 11 août 2017).

Articles de fact-checking (hors corpus)

CINI Cyprien, FARGE Loïc, « Chômage : quand François Hollande joue avec les chiffres pour embellir son bilan », *RTL* 2017. Disponible sur :

<http://www.rtl.fr/actu/societe-faits-divers/chomage-quand-francois-hollande-joue-avec-les-chiffres-pour-embellir-son-bilan-7783274981>

(page consultée le 28 juillet 2017).

GRAFF Valentin, « Maud Fontenoy se (re)fait un shoot de gaz de schiste », *Libération*, 2015. Disponible sur :

http://www.liberation.fr/desintox/2015/11/12/maud-fontenoy-se-refait-un-shoot-au-gaz-de-schiste_1412888 (page consultée le 28 juillet 2017).

KAYSER-BRIL Nicolas, « Prix de l'eau : libérons nos données », *Owni*, 22 mars 2011. Disponible sur : <http://owni.fr/2011/03/22/prix-de-l-eau-crowdsourcing>

(page consultée le 30 juillet 2016).

KREMPF Antoine, « Benoît Apparu a-t-il dit vrai sur le chômage et le Front national ? », *France Info*, 8 septembre 2014. Disponible sur :

http://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux/benoist-apparu-dit-il-vrai-sur-le-chomage-et-le-vote-front-national_1765995.html

(page consultée le 27 juillet 2017).

KREMPF Antoine, « Marine Le Pen dit-elle vrai sur les chantiers navales de Saint-Nazaire ? », *France Info*, 4 septembre 2014. Disponible sur :

http://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux/marine-le-pen-dit-elle-vrai-sur-les-chantiers-navals-de-saint-nazaire_1765857.html

(page consultée le 27 juillet 2017).

KREMPF Antoine, « La France est-elle le seul pays à punir les excès de vitesse sous les 10 km/h ? », *France Info*, 10 septembre 2014. Disponible sur :

http://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux/la-france-est-elle-le-seul-pays-a-punir-les-exces-de-vitesse-sous-les-10-km-h_1766065.html

(page consultée le 28 juillet 2017).

KREMPF Antoine, « 25 à 28% de magistrats syndiqués au Syndicat de la magistrature. Il n'y a qu'en France que cela existe », *France Info*, 2 mars 2017.

Disponible sur : http://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux/le-vrai-du-faux-25-a-28-de-magistrats-syndiques-au-syndicat-de-la-magistrature-il-n-y-a-qu-en-france-que-cela-existe_2063321.html (page consultée le 10 octobre 2017).

KREMPF Antoine, « Un réfugié politique touche 700 euros par mois », *France Info*,

3 novembre 2015. Disponible sur : http://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux/un-refugie-politique-touche-700-euros-par-mois_1789771.html

(page consultée le 10 octobre 2017).

LAURENT Samuel, « Non, le PS français n'a pas infléchi la position de la BCE »,

Le Monde, 5 septembre 2014. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/09/05/non-la-gauche-francaise-n-a-pas-inflechi-la-position-de-la-bce_4482771_4355770.html (page consultée le 27 juillet 2017).

LAURENT Samuel, DAGORN Gary, POMMIERS Eléa, « Les approximations et les intox de François Fillon à L'Émission politique », *Le Monde*, 24 mars 2017.

Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/03/24/les-approximations-et-les-intox-de-francois-fillon_5099890_4355770.html

(page consultée le 27 juillet 2017).

LAURENT Samuel, « Non, le déficit « n'explose » pas, il dérape en 2014 »,

Le Monde, 19 septembre 2014. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/09/10/non-le-deficit-n-explose-pas-il-derape-en-2014_4485177_4355770.html (page consultée le 28 juillet 2017).

LAURENT Samuel, « Les arguments périmés de la gauche parisienne contre Valérie Pécresse », *Le Monde*, 2015. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/11/09/les-arguments-perimes-de-la-gauche-parisienne-contre-valerie-pecresse_4805936_4355770.html (page consultée le 28 juillet 2017).

LAURENT Samuel, « Hamon, Macron : comment donner l'impression d'une affaire avec quelques titres trompeurs », *Le Monde*, 8 mars 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/03/08/hamon-et-macron-vises-par-des-attaques-de-desinformation-par-effet-d-annonce_5091335_4355770.html (page consultée le 10 octobre 2017).

L'ŒIL DU 20 HEURES, « Hollande chez l'habitant, histoire d'une mise en scène », *France 2*, 2015. Disponible sur : <http://blog.francetvinfo.fr/oeil-20h/2015/11/02/hollande-chez-lhabitant-histoire-dune-mise-en-scene.html> (page consultée le 28 juillet 2017).

L'ŒIL DU 20 HEURES, « Les collaborateurs parlementaires qui cumulent travaillent-ils vraiment ? », *France 2*, 13 mars 2017. Disponible sur : <http://blog.francetvinfo.fr/oeil-20h/2017/03/13/les-collaborateurs-parlementaires-qui-cumulent-travaillent-ils-vraiment.html> (page consultée le 10 octobre 2017).

MATHIEU Luc, BOSQUET Sarah, « Non, Florian Philippot, la Russie ne bombarde pas que des islamistes en Syrie », *Libération*, 2015. Disponible sur : http://www.liberation.fr/desintox/2015/11/27/non-florian-philippot-la-russie-ne-bombarde-pas-que-des-islamistes-en-syrie_1416357 (page consultée le 28 juillet 2017).

MATHIOT Cédric, « Service minimum : un jeu de dupes », *Libération*, 31 juillet 2007. Disponible sur : http://www.liberation.fr/tribune/2007/07/31/service-minimum-un-jeu-de-dupes_99121 (page consultée le 27 juillet 2017).

MATHIOT Cédric, « Sapin, ou l'intox en boucle sur les heures sup », *Libération*, 2 septembre 2014. Disponible sur : <http://www.liberation.fr/france/2014/09/02/sapin-ou-l-intox-en-boucle-sur-les-heures-sup-1091515> (page consultée le 27 juillet 2017).

MATHIOT Cédric, « Comment Sarkozy truande les chiffres de la délinquance », *Libération*, 2015. Disponible sur : <http://www.liberation.fr/desintox/2015/11/03/comment-sarkozy-truande-les-chiffres-de-la-delinquance-1410883> (page consultée le 28 juillet 2017).

MATHIOT Cédric, « Macron, le RSI et le compte pénibilité : la grosse caricature de Fillon et Hamon », *Libération*, 31 mars 2017. Disponible sur : <http://www.liberation.fr/politiques/2017/03/31/macron-le-rsi-et-le-compte-penibilite-la-grosse-caricature-de-fillon-et-hamon-1559710> (page consultée le 27 juillet 2017).

MATHIOT Cédric, DEBORDE Juliette, « Au Medef, l'intox ne connaît pas de jour férié », *Libération*, 2014. Disponible sur : <http://www.liberation.fr/france/2014/09/26/au-medef-l-intox-ne-connaît-pas-de-jour-ferie-1108091> (page consultée le 28 juillet 2017).

MATHIOT Cédric, « Taubira en lice pour la palme d'or du bidonnage statistique », *Libération*, 2015. Disponible sur : <http://www.liberation.fr/desintox/2015/11/10/taubira-en-lice-pour-la-palme-d-or-du-bidonnage-statistique-1412506> (page consultée le 28 juillet 2017).

MOULLOT Pauline, « Non, Denis Baupin, le parquet n'a pas prouvé votre innocence », *Libération*, 2017. Disponible sur : <http://www.liberation.fr/desintox/2017/03/06/non-denis-baupin-le-parquet-n-a-pas-prouve-votre-innocence-1553623> (page consultée le 28 juillet 2017).

MOULLOT Pauline, « Pic de pollution : Marine Le Pen prend le parti du fake », *Libération*, 2017. Disponible sur : https://oeilsurlefront.liberation.fr/les-intox/2017/03/08/pic-de-pollution-marine-le-pen-prend-le-parti-du-fake_1554229 (page consultée le 28 juillet 2017).

POMMIERS Élea, « François Mitterrand mis en examen, les raccourcis de Gérard Longuet », *Le Monde*, 15 mars 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/03/15/francois-mitterrand-aussi-etait-mis-en-examen-lorsqu-il-etait-candidat-selon-gerard-longuet_5095041_4355770.html (page consultée le 10 octobre 2017).

SÉNÉCAT Adrien, « Non, l'argent liquide ne va pas « disparaître en 2018 », *Le Monde*, 20 mars 2017. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/03/20/non-l-argent-liquide-ne-va-pas-disparaitre-en-2018_5097798_4355770.html (page consultée le 28 juillet 2017).

Chartes professionnelles

APCP, « Pourquoi un conseil de presse en France », *Association de préfiguration d'un conseil de presse en France*, 2007. Disponible sur :

<http://apcp.unblog.fr/pourquoi-un-conseil-de-presse>

(page consultée le 27 juillet 2016).

ASSISES DU JOURNALISME, « Charte de la Qualité de l'information », *Assises du journalisme*, 21 mai 2008. Disponible sur :

http://www.journalisme.com/images/stories/pdf/charte_qualite_6dec07.pdf

(page consultée le 25 juillet 2016).

FEJ, « Déclaration des devoirs et des droits des journalistes »,

Fédération européenne des journalistes, 24 novembre 1971.

Disponible sur : http://www.journalisme.com/images/stories/pdf/charte_munich.pdf

(page consultée le 25 juillet 2016).

FIJ, « Déclaration de principe sur la conduite des journalistes »,

Fédération internationale des journalistes, 1954/1986.

Disponible sur : <http://www.ifj.org/fr/la-fij/code-de-principe-de-la-fij-sur-la-conduite-des-journalistes/> (page consultée le 25 juillet 2016)

FRANCE TÉLÉVISIONS, « Charte des Antennes », *France Télévisions*,

10 juillet 2011. Disponible sur :

http://www.francetelevisions.fr/sites/default/files/pdf/2015/07/11/charte_des_antennes_FTV_0.pdf (page consultée le 25 septembre 2017).

FRAPPAT Bruno, « Projet de code de déontologie pour les journalistes »,

États généraux de la presse écrite, 20 octobre 2009.

Disponible sur : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Presse/Sous-Dossiers-thematiques/Les-Etats-generaux-de-la-presse-ecrite/Projet-de-code-de-deontologie-des-journalistes> (page consultée le 25 juillet 2016)

LE MONDE, « Charte d'éthique et de déontologie », *Le Monde*, 3 novembre 2010. Disponible sur http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2010/11/03/la-charte-d-ethique-et-de-deontologie-du-groupe-le-monde_1434737_3236.html (page consultée le 25 septembre 2017).

LIBÉRATION, « Charte éthique », *Libération*, 7 juillet 2014. Disponible sur : http://www.liberation.fr/ecrans/2014/07/07/la-charte-ethique-de-liberation_1059029 (page consultée le 25 septembre 2017).

SNJ, « Charte d'éthique professionnelle des journalistes », *Syndicat national des journalistes*, 2 mars 2011. Disponible sur : <http://www.snj.fr/sites/default/files/documents/Charte2011-SNJ.pdf> (page consultée le 25 juillet 2016)

Sources / Corpus

Est présentée ci-dessous la liste des médias plus particulièrement étudiés dans notre travail, ainsi que, le cas échéant, les références des articles qui présentent leur activité de fact-checking. Le corpus est composé de plus de 300 articles de fact-checking.

Europe 1, « Le Vrai-Faux de l'Info »

Disponible sur : www.europe1.fr/emissions/le-vrai-faux-de-l-info

(page consultée le 5 octobre 2017).

Factwatchers, « À propos ».

Disponible sur : <http://www.factwatchers.com/a-propos> (page indisponible en 2017).

Les seules informations encore disponibles en ligne le sont via :
<http://blog.factwatchers.com/> et <https://www.facebook.com/FactWatchers-226128717471032/>.

FirstDraftNews, « CrossCheck ».

Disponible sur : <https://crosscheck.firstdraftnews.com/france-fr/>

(page consultée le 10 octobre 2017).

France 2, « L'œil du 20 heures ».

Disponible sur : <http://blog.francetvinfo.fr/oeil-20h/>

(page consultée le 24 septembre 2017).

France 5, « C Politique et C Polémique, Présentation ».

Disponible sur : <https://www.france.tv/france-5/c-politique/>

(page consultée le 21 septembre 2017)

France Info, « Le Vrai du Faux » / « Le Vrai du Fake »

Disponible sur : www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux/
(page consultée le 5 octobre 2017).

LeJDD.fr, « Les politiques passés au détecteur de mensonges ».

Disponible sur : <http://www.lejdd.fr/Election-presidentielle-2012/Actualite/Les-politiques-passes-au-detecteur-de-mensonges-du-JDD.fr-444148>
(page consultée le 22 décembre 2016, indisponible en 2017).

Le Monde, « Les Décodeurs ».

Disponible sur : www.lemonde.fr/les-decodeurs/ (page consultée le 5 octobre 2017).

« Les Décodeurs, mode d'emploi », *Le Monde*. Disponible sur : www.lemonde.fr/les-decodeurs (page consultée le 21 décembre 2016).

« La charte des Décodeurs », *Le Monde*. Disponible sur : www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/03/10/la-charte-des-decodeurs_4365106_4355770.html
(page consultée le 21 décembre 2016).

Le Parisien, « Le bureau de vérification de la petite phrase ».

Disponible sur : <http://actualites.leparisien.fr/le-bureau-de-verification-de-la-petite-phrase> (page consultée le 13 août 2017).

Les Échos, « Le Vrai-Faux des Échos »

Disponible sur : <http://www.lesechos.fr/politique-societe/dossiers/vrai-faux-fact-checking-presidentielle-2017-economie-politique/index.php>
(page consultée le 21 décembre 2016).

Les Observateurs, « Intox »,.

Disponible sur : <http://observers.france24.com/fr/tag/intox>
(page consultée le 23 décembre 2016).

Libération, « Désintox ».

Disponible sur : <http://www.liberation.fr/desintox,99721>

(page consultée le 5 octobre 2017).

« Désintox : qui sommes-nous ? », *Libération*,

Disponible sur : www.liberation.fr/desintox/2017/03/27/desintox-qui-sommes-nous_1558052 (page consultée le 5 octobre 2017).

L'Obs, « Politique, Les Pinocchios de l'Obs ».

Disponible sur : <http://tempsreel.nouvelobs.com/politique/les-pinocchios-de-l-obs/>

(page consultée le 22 décembre 2016, indisponible en 2017).

Lui Président, « À propos, Les promesses n'engagent que ceux qui les écoutent ».

Disponible sur : <http://www.luipresident.fr/> (page consultée le 22 décembre 2016).

Owni, « Le Véritomètre de la présidentielle ».

Disponible sur : <http://owni.fr/2012/02/16/veritometre-factchecking-presidentielle/index.html> (page consultée le 22 décembre 2016).

PHEME, « About PHEME ».

Disponible sur : <https://www.pHEME.eu/> (page consultée le 10 octobre 2017).

Les Rattrapages de l'Actu, « Factoscope ».

Disponible sur : <http://rattrapages-actu.fr/factoscope>

(page consultée le 10 octobre 2017).

RTL, « Fact-checking ».

Disponible sur : <http://www.rtl.fr/recherche?query=fact-checking>

(page consultée le 21 décembre 2016).

Rue89, « Contrôle Technique ».

Disponible sur : <http://rue89.nouvelobs.com/contrôle-technique>
(page consultée le 22 décembre 2016, indisponible en 2017).

Stacian. « À propos ».

Disponible sur : <http://www.stacian.com/a-propos/>
(page consultée le 23 décembre 2016).

Vérité Politique.

Disponible sur : <http://www.veritepolitique.fr/> (page consultée le 23 décembre 2016).

Vigie 2012, « Une Vigie européenne, pour quoi faire ? ».

Disponible sur : <http://www.vigie2012.eu/Qui-sommes-nous> (page archivée).

Tables des illustrations et des tableaux

Capture 1. Le site <i>Spinsanity.org</i> , créé en 2001 (page consultée le 7 septembre 2017).	108
Capture 2. Le site <i>FactCheck.org</i> , créé en 2003 (page consultée le 7 septembre 2017).	110
Capture 3. Le blog « Fact Checker », créé en 2007 sur le site du <i>Washington Post</i> (page consultée le 7 septembre 2017).....	111
Capture 4. Le site <i>Politifact</i> , créé en 2007 (page consultée le 7 septembre 2017)...	113
Capture 5. La rubrique « Désintox », créée en 2008 sur le site de <i>Libération</i> (page consultée le 7 septembre 2017).....	140
Capture 6. La chronique « Désintox », créée en 2012, sur le site de la chaîne de télévision <i>Arte</i> et de son émission « 28 min. » (page consultée le 7 septembre 2017).	141
Capture 7. Le blog « Les Décodeurs », créé en 2009 sur le site du <i>Monde</i> (page consultée le 7 septembre 2017).....	143
Capture 8. La rubrique « Les Décodeurs », créée en 2014 sur le site du <i>Monde</i> (page consultée le 7 septembre 2017).....	144
Capture 9. La rubrique « Le Vrai du Faux », créée en 2012, sur le site de <i>France Info</i> (page consultée le 17 janvier 2017).....	147
Capture 10. La rubrique « Le Vrai du Faux », créée en 2012, sur le site d'Europe 1 (page consultée le 7 septembre 2017).....	148
Capture 11. La rubrique « L'Œil du 20 Heures », créée en 2014, sur le site de France Télévisions (page consultée le 7 septembre 2017).	150
Capture 12. Vues du compte <i>Twitter</i> de la rubrique « Désintox » de <i>Libération</i>	248
Capture 13. « Les manipulations graphiques de Marine Le Pen sur l'Euro (page consultée le 10 octobre 2017).	259
Capture 14. « Non, Sarkozy n'a pas tenu toutes ses promesses de campagne en 2007 » (page consultée le 10 octobre 2017).....	266

Capture 15. « 25 à 28% de magistrats syndiqués au Syndicat de la magistrature. Il n’y a qu’en France que cela existe. » (page consultée le 10 octobre 2017).	332
Capture 16. « François Mitterrand mis en examen, les raccourcis de Gérard Longuet » (page consultée le 10 octobre 2017).....	333
Capture 17. « Un réfugié politique touche 700 euros par mois ? » (page consultée le 10 octobre 2017.	337
Capture 18. « Le débat : petites intox, grandes exagérations » (page consultée le 10 octobre 2017).....	338
Capture 19. « Hamon, Macron : comment donner l’impression d’une affaire avec quelques titres trompeurs » (page consultée le 10 octobre 2017).....	339
Capture 20. Quelques visuels d’échelles d’évaluation du fact-checking (Amazeen <i>et al.</i> , 2015).	363
Capture 21. La procédure de labellisation des sites de fact-checking sur le site de l’IFCN (page consultée le 11 septembre 2017).	378
Capture 22. Le site de l’opération CrossCheck (page consultée le 11 septembre 2017).	380
Capture 23. Typologie des contenus de mésinformation et désinformation selon FirstDraft (page consultée le 10 octobre 2017).....	382
Capture 24. Le site « Décodex » du <i>Monde</i> (page consultée le 6 octobre 2017).....	403
Capture 25. Le site « CheckNews » de <i>Libération</i> (page consultée le 6 octobre 2017).	403

Tableau 1. Les principaux sites de fact-checking.....	163
Tableau 2. Liste et caractéristiques biographiques des 21 journalistes interrogés dans les cinq principaux médias fact-checkeurs français.	169
Tableau 3. Les contenus de fact-checking politique des médias de presse écrite / web (répartition des assertions vérifiées par partis d'origine).	310
Tableau 4. Les contenus de fact-checking politique des médias audiovisuels (répartition des assertions vérifiées par partis d'origine).	311
Tableau 5. Les contenus de fact-checking politique des médias de presse écrite / web et audiovisuels (pourcentages d'articles consacrés à la parole des politiques).	314
Tableau 6. Les contenus de fact-checking politique des médias de presse écrite / web (répartition des sujets par nature de contenus).	326
Tableau 7. Les contenus de fact-checking politique des médias audiovisuels (répartition des sujets par nature de contenus).	327
Tableau 8. Les différents types de fact-checking (proposition de classification).....	353
Tableau 9. Les différents modes de traitement des informations vérifiées (proposition de classification).	354

Table des annexes

Annexe 1	479
Liste des 31 personnes interrogées et de quelques caractéristiques biographiques.	
Annexe 2	485
Le guide d'entretien.	
Annexe 3	489
Une retranscription d'entretien : Laurent Guimier.	
Annexe 4	499
Les principales chartes de déontologie des journalistes.	
Annexe 5	507
Les principales chartes des fact-checkeurs français.	
Annexe 6	511
La charte et le « Vetting process » de l'IFCN.	
Annexe 7	515
Le diagramme de Venn de l'ancien et du nouveau fact-checking.	
Annexe 8	517
Les différents types d'articles de fact-checking (classification).	

Annexe 1

Liste des 31 personnes interrogées et de quelques caractéristiques biographiques.

MÉDIA	NOM	FONCTION	ÂGE (en 2017)	ÂGE (début du FC)	ÉCOLE FORMATION	EXPÉRIENCE FC AVANT	PARTICULARITÉ
LE MONDE	Samuel Laurent	Responsable « Les Décodeurs »	37 ans	30 ans	EJ DG	non	Recruté sur le web au Figaro par Laurent Guimier
	Alexandre Pouchard	Responsable adjoint « Les Décodeurs »	31 ans	23 ans	CFJ	Stage « Désintox » 2011	Cédric Mathiot a été son prof au CFJ
	Nabil Wakim	Rédacteur en chef	36 ans	28 ans	Celsa	non	Crée « Les Décodeurs » en 2009
	Nicolas Chapuis	Rédacteur en chef	30 ans	-	CFJ	-	-
	Maxime Vaudano	Journaliste	25 ans	20 ans	ESJ	« Lui Président »	Crée « Lui Président » en 2012 et entre au Monde en 2013
LIBÉRATION	Cédric Mathiot	Responsable « Désintox »	42 ans	33 ans	CFJ	non	Crée « Désintox » en 2008
	Baptiste Bouthier	Journaliste	30 ans	26 ans	CFJ	Remplacement « Désintox » 2012	Cédric Mathiot a été son prof au CFJ
	Guillaume Launay	Rédacteur en chef	42 ans	36 ans	ESJ	non	« Désintox » en 2011-2012 seulement

FRANCE INFO	Laurent Guimier	Directeur	46 ans	40 ans	CFJ	JDD Europe 1	A recruté Samuel Laurent au Figaro.fr A fondé deux rubriques/chronique de FC
	Gérald Roux	Journaliste	55 ans	50 ans	- Studio école de France	non	A fondé en 2012 « Le Vrai du Faux »
	Antoine Krempf	Journaliste	33 ans	30 ans	CUEJ	Remplacements 2012	
	Estelle Cognacq	Rédactrice en chef	43 ans	41 ans	Celsa	non	Création Agence France Info + carrière web
EUROPE 1	Jean-Ph. Balasse	Journaliste	47 ans	44 ans	IPJ	non	Avait été directeur de la rédaction
	Maxime Laurent	Journaliste	29 ans	24 ans	- <i>IEJ</i>	non	A commencé avec Laurent Guimier
	Kim Biegatch	Journaliste	29 ans	24 ans	-	non	A commencé avec Laurent Guimier

FRANCE TV	Hervé Brusini	Directeur des rédactions web	64 ans	-	-	-	-
	Hugo Plagnard	Rédacteur en chef adjit « L'Œil du 20 heures »	40 ans	37 ans	CFJ	non	-
	Damien Brunon	Journaliste (data)	27 ans	24 ans	ESJ	non	carrière web (Europe 1)
	Antonin Lhôte	Journaliste	47 ans	-	-	-	-
	Clément Parrot	Journaliste	30 ans	27 ans	ESJ	« Lui Président »	Crée « Lui Président » en 2012 et entre aux « Vérificateurs », « DPDA » en 2013.
	Nicolas Iommi	Journaliste	38 ans	36 ans	Université	non	« Les Vérificateurs », « DPDA ».

RTL	Cyprien Cini	Journaliste	36 ans	35 ans	IPJ	non	Exercice éphémère de mars à juin 2016.
JDD	Vivien Vergnaud	Chef d'édition	35 ans	30 ans	CFJ	non	Format créé par Laurent Guimier.
LUI PRÉSIDENT	Maxime Vaudano	Journaliste	25 ans	20 ans	ESJ	non	Crée « Lui Président » en 2012 et entre au Monde en 2013.
Journalistes déjà cités avec les médias pour lesquels ils travaillent actuellement.	Clément Parrot	Journaliste	30 ans	25 ans	ESJ	non	Crée « Lui Président » en 2012 et entre aux « Vérificateurs » DPDA en 2013.
	Corentin Dautreppe	Journaliste	26 ans	21 ans	ESJ	non	Crée « Lui Président » en 2012 et entre à l'AFP en 2013.
BANGUMI Canal+/TMC	Étienne Carbonnier	Journaliste	29 ans	24 ans	IFP	non	« Le Petit Journal » puis « Quotidien ».

CONTEXTE	Jean-Ch. Boulanger	PDG	38 ans	33 ans	HEC	<i>Vigie 2012</i>	Créateur de <i>Vigie 2012</i> + président du SPIIL.
OWNI	Sylvain Lapoix	Journaliste (data)	34 ans	29 ans	IPJ	non	Exerce en indépendant depuis la fin d'Owni en 2012.
AFP	Philippe Onillon	Directeur de la rédaction	55 ans	-	ESJ	-	-
	Corentin Dautreppe	Journaliste	26 ans	21 ans	ESJ	« Lui Président »	Crée « Lui Président » en 2012 et entre à l'AFP en 2013.
BFM Business	Stéphane Soumier	Directeur de la rédaction	52 ans	-	ESJ	-	-
IFCN	Alexios Mantzarlis	Journaliste	29 ans	25 ans	-	<i>Pagella Politica</i> <i>FactCheckEU</i>	A fondé <i>Pagella Politica</i> en Italie en 2013 et <i>FactCheckEU</i> en 2014.
Prix du menteur en Politique	Thomas Guénolé	Politologue	35 ans	-	-	-	A fondé le Prix du menteur en politique en 2015.

En gras figurent les noms des personnes interrogées qui produisaient des articles ou chroniques de fact-checking au moment où nous les interrogeons.
Dans les lignes grisées figurent les noms des personnes interrogées qui n'ont jamais fait elles-mêmes du fact-checking.

Annexe 2

Le guide d'entretien.

THÈMES	QUESTIONS
PARCOURS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pouvez-vous résumer votre parcours professionnel, de la fin de votre formation à aujourd'hui ? ➤ Comment êtes-vous devenu fact-checker ?
MÉDIA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pouvez-vous présenter en quelques mots votre média ? (audience, résultats, effectif, organisation, évolution du chiffre d'affaires, recettes ventes et pub., etc.) ➤ Pouvez-vous présenter en quelques mots votre service ? (effectif, organisation, évolutions, productions, etc.) ➤ Comment (pourquoi) est apparue la notion de fact-checking au sein de votre rédaction ? Avec quel résultat aujourd'hui ? ➤ Quel modèle a été suivi par les créateurs de la rubrique ? (États-Unis ? GB ? autre ?)
FONCTION	<ul style="list-style-type: none"> ➤ En quoi consiste, actuellement, votre travail au quotidien ? Comment s'organise votre journée type ? ➤ Comment sont choisis les sujets à traiter ? (chaîne de décision, personnes impliquées, impartialité, etc.) ➤ Combien de sujets traitez-vous, vous et votre média, chaque jour/mois/année (objectif fixé/ travail réalisé) ? ➤ Combien de temps (délai choisi/imposé) passez-vous pour traiter un sujet ? ➤ Quelles sources (types de sources) mobilisez-vous pour vérifier l'information ? (sources internes/externes...) ➤ Arrive-t-il qu'on ne puisse pas vérifier une information ? (exemples, causes...) ➤ Comment est perçue votre fonction au sein de votre propre média ? Et au sein de vos relations professionnelles extérieures à votre média ? ➤ Géographiquement et hiérarchiquement, où se situe le fact-checking

	<p>dans votre rédaction ?</p>
FOND	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Concrètement, qu'est-ce qui fait qu'une citation vous paraît utile à vérifier ? (champ politique ? média d'origine ? thème d'actualité ? personnalité en vue ?) ➤ Avant de publier, on sait si une citation est vraie ou fausse... Choisissez-vous de publier les vraies autant que les fausses ? Pourquoi ? N'y a-t-il pas là (dans ce choix) une forme d'éditorialisation de l'information ? ➤ Vous orientez-vous plus spécifiquement vers des informations chiffrées ? Si oui/non, pourquoi ? (plus facile à vérifier, à trancher) ➤ Quel est le contenu type d'un article / chronique de fact-checking ? (durée/longueur, rythme, découpage...) ➤ Combien de sources différentes mobilisez-vous à chaque fois ? (minimum/maximum) ➤ Contactez-vous systématiquement l'auteur de la citation vérifiée ? Dans quel objectif ?
FORME	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Quel est (sont) le(s) mode(s) de diffusion de votre travail ? (print, web, radio, tv, réseaux sociaux, multicanal) ➤ Est-il possible d'accéder gratuitement à ces contenus ? Pourquoi ? ➤ Ce travail est-il facile à illustrer, à rendre attractif pour le lecteur, l'auditeur, le téléspectateur ? Si oui/non, pourquoi ? ➤ Quelle est l'audience de votre rubrique ? (pour chaque support e diffusion)
MÉTIER	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Qu'a signifié, pour vous, tout au long de votre parcours, la notion de vérification de l'information ? (qu'est-ce qui a changé depuis que vous êtes fact-checker ?) ➤ Pensez-vous vérifier davantage les informations que vos collègues ? Si oui/non, pourquoi ? ➤ Selon vous, les journalistes sont-ils suffisamment armés pour vérifier les informations qu'ils diffusent ? Si oui/non, pourquoi ? (le sont-ils plus ou moins qu'auparavant ? dans votre rédaction ? en général ?) ➤ Il n'y a jamais autant eu de fact-checking affiché par les médias français. Mais est-ce logique compte-tenu du quotidien vécu dans les rédactions ? (accélération du rythme de publication, baisse des effectifs, etc.) ➤ N'est-il pas frustrant de vérifier l'information a posteriori quand on

	<p>sait que le travail du journaliste consiste à la vérifier avant publication/diffusion ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La crédibilité des médias étant sans cesse remise en cause, le fact-checking peut-il faire partie des remèdes, pour une information « certifiée » ?
<p>FACT-CHECKING</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pour vous, le fact-checking est-il un genre journalistique à part entière ? Si oui/non, pourquoi ? (comme le reportage, le portrait, l'interview...) ➤ Que signifie selon vous la notion de vérification de l'information au sein de votre média ? Faut-il la confondre avec ce que l'on appelle le fact-checking ? Si oui/non, pourquoi ? ➤ Ne vérifier que des déclarations publiques, n'est-ce pas contre-productif vis-à-vis de la crédibilité de l'ensemble des contenus des médias ? ➤ Que répondriez-vous à ceux qui ne voient dans le fact-checking rien d'autre que le travail normal du journaliste ? ➤ Connaissez-vous les origines du fact-checking ? Selon vous, ce travail est-il toujours fait dans votre (les) média(s) ? Si oui/non, pourquoi ? Et devrait-il l'être davantage ? ➤ Selon vous, quelle est aujourd'hui la plus-value journalistique des différentes rubriques de fact-checking dans les médias ? Ne sont-elles pas l'arbre (infos vérifiées) qui cache la forêt d'informations non vérifiées ? ➤ Quid du « marketing éditorial », de la stratégie d'affichage autour d'une pratique journalistique basique ? ➤ Comment pourrait-on faire mieux / plus de fact-checking dans votre/les média(s) ? (moyens / volonté / formation / etc.) ➤ Est-il possible / souhaitable de faire de l'auto-fact-checking dans les médias ? Vérifier davantage ce qu'on publie soi-même plutôt que ce que publient les autres ➤ Les médias qui affichent leur pratique du fact-checking sont-ils concurrents ? Comment cela se manifeste-t-il ? ➤ Que pensez-vous des Sommets mondiaux du fact-checking, à Londres depuis deux ans ?

Annexe 3

Une retranscription d'entretien : Laurent Guimier.

Laurent Guimier, 46 ans, est, depuis mai 2017, directeur délégué aux antennes et aux contenus de *Radio France* en mai 2017. Nous l'avons rencontré le 23 septembre 2015 (pendant 1 h 30), alors qu'il était directeur de la station *France Info*. Auparavant, Laurent Guimier a occupé les fonctions de directeur de l'information numérique du pôle actualités de Lagardère Active. Il a créé la rubrique « Détecteur de mensonges » du site du *Journal du Dimanche (LeJdd.fr)*, puis créé et présenté « Le Vrai-Faux de l'Info » sur *Europe 1*.

J'aimerais tout d'abord discuter avec vous de vos fonctions précédentes, car c'est vous qui l'avez mise sur pied, cette rubrique à *Europe 1* si je ne me trompe pas...

Oui, mais il y a un précédent toutefois, c'est que j'ai mis en place une rubrique sur *LeJDD.fr* : « Le Détecteur de mensonges », comme on l'avait appelée. En fait ça vient de là pour moi l'idée... « Le Détecteur de mensonges », on l'a lancé, je crois, en janvier 2011. A l'époque, moi je venais de rejoindre *LeJDD.fr*, je venais de rejoindre une entité du groupe Lagardère Active qui s'appelle Newsweb, qui était à l'époque opérateur des sites d'information du groupe Lagardère Active et donc j'étais directeur général adjoint éditorial de cette entité, qui gérait, donc, *Europe1.fr*, *LeJDD.fr*, *ParisMatch.com*. Ma fonction précédente était directeur de la rédaction d'*Europe 1* ; j'avais quitté la rédaction d'*Europe 1* et j'avais accepté de prendre des fonctions numériques au sein du groupe pour relancer des projets éditoriaux numériques et je me suis concentré assez fortement sur *Le JDD*, parce que ça s'est trouvé comme ça... puisque après *Europe 1* j'avais envie de passer un peu à autre choses, donc j'ai laissé l'équipe d'*Europe 1* vivre sa vie et puis celle de *Paris Match* était bien prise en main par Olivier Royant, donc je me suis concentré sur *Le JDD* qui était à l'époque un peu en questionnement...

Combien de temps a duré cette expérience-là ?

Newsweb ? Hé bien ça a duré de septembre 2010 à septembre 2011 en fait... Après je suis revenu à *Europe 1* pour faire de la radio. Donc j'ai eu une année, une saison... enfin non une année de concentration sur des projets purement numériques au sein de Lagardère Active et, dans ce cadre, de la redéfinition du positionnement éditorial du *JDD.fr*, qui est le site d'information en continu de la rédaction du *JDD* ; en fait, on a pris une option assez claire, simple, qui était de dire : « On ne peut pas courir tous les lièvres à la fois ». Parce que c'est une petite équipe, que *Le JDD* a un rythme de fabrication qui est le sien, mais qui, pour faire simple, est très très concentré sur la production d'informations le week-end... On s'est dit : « Quand on est une marque d'information continue, c'est difficile d'impliquer la rédaction du *JDD* dedans... » Donc on s'est dit : « On va se concentrer sur un truc, c'est l'actualité politique. » Parce que... Ben voilà, c'était simple : on était à l'automne 2010, les prémices de la campagne présidentielle suivante commençaient à poindre, et donc on a redéfini le site en se disant : « On va essayer de se concentrer sur l'actualité politique, d'être très pointu sur l'actualité politique, on va faire des papiers politiques, on va suivre et puis on va tenter des choses. Et notamment, j'ai eu cette idée – en fait que j'avais, qui existait... Nos référents, les deux référents français c'était « Désintox » de *Libé* et *Le Monde* qui commençait à décoder ponctuellement : il y avait le blog des « Décodeurs » à l'époque, en fait il y avait ces deux expériences... Il y avait le blog

des « Décodeurs », qui n'avait pas d'expression *print*, et il y avait « Désintox », qui avait une expression *print*, mais pas aussi massive qu'elle l'a été plus tard avec une page, mais qui de temps en temps publiait un papier. On s'est positionné sur un truc simple qui était de dire : « On va nous-mêmes faire une expérience de fact-checking, mais, à la différence des deux autres, on va se positionner en réactivité à des événements télévisuels, des émissions où, en gros, l'objectif était de produire du fact-checking le plus rapidement possible derrière un événement. Donc on n'était pas dans la même chose que « Désintox » et « Décodeurs », on était dans... Parce que moi, c'était ma culture de la radio et puis c'était un positionnement différent, et puis l'idée, c'était pas de faire la même chose que « Désintox »... C'était pas de prendre quelque chose de froid, c'était de se dire : « Il s'est passé quelque chose à la télé, il y a eu une émission, il y a une conférence de presse du Président... tout de suite on écoute et, derrière on se... » (...)

Qui le faisait ?

À tour de rôle les journalistes du *JDD.fr*. Du *JDD.fr*. Pas les journalistes du service politique du *JDD*. Donc c'était une toute petite équipe ; il y avait quatre ou cinq journalistes qui, à tour de rôle, se sont spécialisés se sont essayés à l'exercice, sans aucune... On a défini nous-mêmes nos propres modes d'exercice. On a travaillé sans aller piquer les process de Samuel Laurent ou des gens de *Libé*...

Tout a été créé...

Enfin créé... Moi j'ai une expérience numérique vieille maintenant de presque dix ans. J'ai travaillé au *Figaro.fr*... D'ailleurs c'est moi qui ai embauché Samuel Laurent au *Figaro.fr* en 2006, donc c'est une vieille connaissance... Et donc ces exercices de fact-checking, qu'on ne dénommait pas encore de cette façon, on les faisait ponctuellement... Je fais ce retour en arrière parce que c'est important... On les faisait ponctuellement, sans que ce soit normé en tant que fact-checking pur et dur... on les faisait parce que c'est le web et la recherche d'informations sur le web qui nous le permettait. C'est-à-dire... Ce qui nous permettait de faire du fact-checking, de mon point de vue, c'est tout simplement l'outil recherche et c'est l'outil *Google* qui nous permet de le faire. Être capable d'aller chercher de l'information un peu en profondeur, très finement, en dehors des heures de bureau, vite, de la recouper... Ce qui n'était pas le cas dix ans avant. Ça, on avait commencé à l'expérimenter, de façon un peu informelle, au *Figaro.fr*, notamment Samuel Laurent, qui était très intéressé et qui était très pointu là-dessus... C'était pas un format. C'était une pratique. Ce qui à mon avis est l'avenir du fact-checking, mais c'est encore plus autre chose... Le fact-checking était une pratique. C'est devenu un format, c'est de fait un format, comme ici. Mais cela doit rester une pratique, d'abord une pratique. Moi, quand j'ai débarqué sur Internet, en 2006, au *Figaro.fr*, j'étais utilisateur d'Internet, je suis devenu producteur d'informations sur Internet... Et ça, ça m'a sauté aux yeux, cette capacité que confère et que conférait un peu plus exclusivement aux rédactions web – parce que les rédactions print et radio n'utilisaient Internet, à l'époque, que partiellement pour aller chercher de l'information – nous, c'était notre fond de commerce... Ça m'a sauté aux yeux de me dire que la fonction du journaliste numérique, en tout cas en 2006-2007-2008, la fonction du journaliste numérique c'était une fonction d'aller chercher de l'information, de la vérifier, de la mâcher, de la restituer, pour enrichir l'information en continu. On était déjà dans l'idée de la rupture avec « on bâtonne des dépêches *AFP* »... Tout ça pour revenir au *JDD*... En fait, ça n'a pas été trop dur de convaincre les journalistes, parce que, pour le coup, il y avait déjà « Les Décodeurs » et « Désintox »... On s'est dit : « On va faire ça en se positionnant sur le direct. » De façon anecdotique, la seule chose qui était compliquée, c'était l'appellation « Détecteur de mensonges »... Alors c'est mon idée, hein... C'est totalement mon idée... C'était assez provocateur. Ça a été vécu un peu comme la gégène, quoi, un côté un peu torture, tension, Guantanamo... Enfin, il y avait un côté, comme ça, *Homeland*... Bon. Mais c'était du...

C'est une marque ?

Oui, effectivement c'était de l'ordre de la concession marketing au projet éditorial que j'assume totalement, parce que, pour le coup, on a lancé ça sans publicité, sans rien, sans que ce soit revendiqué dans les colonnes du *JDD*... On faisait un peu notre truc dans notre coin, quoi.

Il n'y avait pas non plus de renvoi à partir des colonnes du *JDD* ?

Ça a dû être repris un peu, mais, à l'époque, ce n'était pas vraiment dans le...

Justement, est-ce qu'il y a, dans cette séparation entre rubricards politiques et rubrique de fact-checking qui s'intéresse beaucoup à la politique, une opposition, une gêne ou...

Alors je n'ai jamais ressenti ça. Dans les rédactions que j'ai côtoyées – puisque finalement c'est la quatrième ici ; il y a eu *Le Figaro*, même si c'était de façon informelle, mais on était quand même poil à grater...

Ça n'avait pas de nom particulier au *Figaro* ?

Non, c'était une pratique, que...

C'était des papiers politiques classiques ?

C'était des papiers politiques de l'équipe du *Figaro.fr* et je vous cite Samuel Laurent, mais il y en avait deux. Il y avait Laurent Suply et Samuel Laurent, qui étaient assez offensifs sur la politique, qui étaient déjà dans cette veine d'aller gratter et d'aller dénoncer, d'aller mettre en contradiction la parole publique... Voilà, au *JDD*, à *Europe 1* et maintenant à *France Info*, j'ai même tendance à penser... Enfin, il n'y a jamais eu d'opposition ; il y avait plutôt l'idée d'une bienveillante indifférence, en disant : « Tiens, c'est pas mal ce qu'ils font. Et, finalement, c'est plutôt mieux que ce soit séparé, parce que nous on a nos relations avec les politiques et puis finalement que ce soit un vilain petit canard à côté qui le fasse, c'est plutôt pas mal... » Voilà, moi, à chaque fois, j'ai plutôt pas eu d'hostilité...

Cette situation est plus conformable pour eux ?

Cette séparation est plutôt confortable, voilà. Je comprends d'ailleurs, parce que moi j'ai une autre expérience de cohabitation avec un service politique, dans la production d'informations politiques – c'est connexe, c'est « Le Lab » d'*Europe 1*, que j'ai lancé, où, là, la cohabitation, la juxtaposition a été d'emblée plus virile, compliquée quoi. Mais c'est un autre registre, c'est un autre projet éditorial, qui comporte un peu de fact-checking, mais qui n'est pas au cœur du truc... Mais « Le Lab », c'est autre chose, peut-être qu'un jour il y aura une thèse dessus, ce sera intéressant...

Donc, plutôt de la bienveillance... Est-ce que ça se passe bien aussi parce que, dans toutes ces expériences-là, on va vérifier des propos que l'on prend ailleurs, qui sont exogènes comme vous dites ?

Alors, on arrive plutôt à *Europe 1* là... Juste la genèse, en un mot, à *Europe 1*... Moi, j'avais retrouvé de l'antenne, parce que je suis revenu à *Europe 1*, mais en refusant toutes fonctions managériales parce que j'avais déjà occupé les fonctions de directeur de la rédaction... En revanche j'ai accepté d'animer une émission, le soir, qui s'appelle « Des Clics et des Claques », qui mixait réseaux sociaux et information traditionnelle. Et au terme de cette saison, et pendant cette saison rentrée 2011 - été 2012, de janvier à mai, j'ai fait un zapping politique le samedi matin... Au terme de cette saison, on a préparé la saison suivante et là, Fabien Namias, qui était le nouveau directeur de la rédaction, m'a proposé de faire du fact-checking, quotidien, sur l'antenne d'*Europe 1*. Alors je lui ai dit que ça m'allait droit au cœur, car j'en avais été l'un des importateurs sur le *JDD*, ce dont il ne se souvenait pas, mais c'est normal... Lui, ses références, c'était surtout, pour le coup, « Désintox » et puis des expériences qui avaient été tentées sur *France 2*, à une époque je cois, sans que ce soit...

Oui, quand il vous propose ça, on est en septembre 2012, c'est ça ?

Exactement. On est en juillet 2012. Donc il n'y a pas encore « Les Vérificateurs » et tous ces trucs là... Voilà. Il me dit ça et je lui dis : « Ça pourrait être bien parce que je l'ai fait sur le *JDD*, c'est plutôt sympa, mais en même temps c'est dur, c'est long, c'est exigeant... » Enfin bref, j'étais assez séduit par le truc...

Incarner cela à l'antenne ?

Ouais, ouais, moi ça m'intéressait... D'incarner ça... Même si, c'est vrai, j'avais un statut à *Europe 1*, finalement, dans les dernières années, assez étonnant, enfin, pas étonnant... C'est juste pour l'anecdote aussi, mais, après avoir été directeur de la rédaction, j'étais simple chroniqueur, mais à mon plus grand bonheur... Mais ça me conférerait, par rapport à votre remarque précédente, là aussi, sans doute, une liberté, une légitimité, par rapport au traitement de ce genre d'actu, quasi-totale...

Ça vous donnait plus de force, quoi... ?

Ouais, ça permet de ne pas avoir trop de soucis éventuels avec le service politique et autres... Pour répondre à votre question, le principe était, d'ailleurs Fabien me l'avait dit...

C'est toujours le cas, d'ailleurs, avec votre successeur...

Ouais, ouais... Fabien me l'avait dit dès le début, l'idéal serait que je travaille en priorité sur les propos tenus sur *Europe 1*.

C'était son idée ?

C'était son idée. J'ai accepté le test, mais en l'avertissant de deux problèmes : le premier, c'est qu'il faut avoir l'humilité de se dire qu'on n'a pas tous les jours matière, notamment politique, permettant de faire un fact-checking. Parce qu'il ne se passe pas tous les jours quelque chose de si extraordinaire à l'antenne ou intéressant à l'antenne, qui justifie qu'on y passe une journée.

A fortiori sur le seul champ politique... car c'était bien ça l'idée ?

Lui c'était ça dans sa tête. Mais, moi, j'avais dès le début, l'envie d'aller taper partout... Je reste convaincu de ça. Ça n'est qu'un problème de moyens ensuite. C'est-à-dire que – on en reparlera, toutes les personnes que vous avez vues doivent vous le dire – le problème c'est la récolte des pièces à conviction ou, même pas des pièces à conviction, mais des traces ADN, le recueil de l'expertise médico-légale plus que l'enquête qui est compliqué... C'est tout le champ d'investigation, de récolte... D'ailleurs on m'a proposé des choses ailleurs, que j'ai déclinées faute de moyens pour aller chercher... Vous pouvez fact-checker Benjamin Castaldi... On peut tout faire. Mais il faut juste avoir le temps pour le faire. C'est même pas l'envie ; moi j'ai très envie de le faire. Et les rares fois où je l'ai fait d'ailleurs... je pars un peu dans tous les sens...

Non, c'est juste que vous me disiez : « Il y a deux points qui posent problème... »

Oui, le premier point, c'est ça. Et le deuxième, c'est : « Es-tu bien sûr qu'il est bien tous les jours de rappeler que l'intervieweur n'a pas forcément bien fait son boulot, n'a pas forcément tiqué quand l'invité politique a dit quelque chose qui peut sembler un peu erroné ? » Et je lui ai dit tout de suite, parce que moi j'avais le recul quand même...

Surtout quand l'intervieweur, en face, à un peu de métier...

C'est ça. Que ce soit Bruce Toussaint ou Thomas Sotto, mais surtout Jean-Pierre Elkabbach, qui est finalement, sans doute... Enfin, je connais très bien Jean-Pierre... C'est sans doute le moins compliqué à gérer dans ce genre de problème. Il a suffisamment de recul et donc, finalement, d'humilité, pour concéder que, bon, il peut pas tout... Et puis il est très joueur. Non, c'est plus pour des gens qui sont plutôt en quête de légitimation de leur rôle d'intervieweur majeur, de se dire que bon, en gros, il y a le type qui vient derrière, et surtout le lendemain, dire : « On a oublié... »

Ça, c'est compliqué ?

C'est plus compliqué. Surtout qu'il y avait un troisième paramètre – et là on est encore plus dans le cœur du truc – qui était le souhait de la direction de la rédaction de l'époque, qui était que je fasse du fact-checking à chaud, à la fin de la matinale, donc à J zéro. Et ça, je l'ai refusé. J'ai dit : « Je ne le ferai pas. »

Pourtant, vous aviez, au JDD, la volonté d'aller vite...

Oui, hé bien justement. Justement. J'avais le recul et la bouteille nécessaires pour dire que c'est impossible. Sauf à dire... Si, on peut, on peut faire semblant de faire du fact-checking en allant rapidement sur *Wikipédia*... Ça, c'est faire semblant. Après, tout dépend du curseur si vous voulez. Vous pouvez toujours faire du fact-checking – et c'est ce qu'on a vu dans des expériences de fact-checking à la télévision notamment – tout dépend du curseur... Vous pouvez, à la fin de toute interview, fact-checker, légèrement, sur quelque chose de facile à vérifier. C'est une question de curseur. Et moi j'ai dit à Fabien : « Ça ne m'intéresse pas. Je peux faire genre... » Alors je l'ai fait, hein. Je l'ai fait trois ou quatre fois, je pense, en deux saisons, où quelque chose d'évident s'était passé à l'antenne...

Vous avez changé votre programme...

Oui, voilà, Bruce Toussaint a annoncé à l'antenne : « Laurent Guimier va vérifier d'ici trois quarts d'heure. » Ça, c'est arrivé une ou deux fois. C'est amusant de le faire... Ou alors, parce que je l'avais déjà fait et au fond, pour le coup, moi j'affecte de dire que la personne qui aujourd'hui fait du fact-checking constitue elle-même un référentiel de choses vérifiées qu'il est tout à fait légitime de réutiliser si un propos erroné est à nouveau proféré ? Ça, ça me paraît logique, c'est pas de la fainéantise, c'est de l'optimisation et même du progrès. En revanche, systématiser cette démarche, pour le coup, c'était une concession à la communication, au marketing qui était totalement... Pas du tout opératoire. Impossible.

Même avec la bonne équipe ?

Non. Pour la première raison qui est qu'il n'y a pas tous les jours et que, deux, avec la meilleure équipe du monde, vous... La plupart du temps, on passait quand même une journée à vérifier les choses, quoi. C'est juste qu'on peut pas... Et moi je me le disais, pour le coup, avec ma volonté issue du *JDD.fr*, d'être réactif. En même temps, j'avais dit à l'équipe : « On est les plus réactifs possible, mais si ça prend quatre heures, ça prend quatre heures... »

Il y a comme un temps incompressible sur certaines démarches ?

Ben oui. Pour tout ça, j'avais dit non à Fabien. Et donc, dès le début, on a fait du J+1, J+2... Alors, je le lui ai dit, on a écouté de façon préférentielle ce qui se passait sur *Europe 1*, mais on a continué à travailler sur toutes les sources... (...) Chaque fois je leur ai dit, du haut de mes trois ans d'expérience de fact-checking : « Vous pouvez le faire, mais vous allez soit vous tromper, soit dégrader le niveau d'exigence, en tout cas l'altérer sérieusement, en mettant le curseur très très bas. » Bon, voilà.

On ne coupe pas forcément court à la contradiction une fois que l'on a fait ça ?

Non. Et le quatrième point que j'avais abordé à l'époque avec Fabien Namias... Il faut quand même se le dire : dans la mécanique du fact-checking, surtout quand il s'appelle « Le Vrai-Faux de l'Info » ou « Le Vrai du Faux » ici, c'est quand même plus amusant quand c'est faux, mais, en même temps...

Il ne voulait que du faux ? Comme *Libé* ne fait que du faux...

Oui, mais c'est normal. À sa place j'aurais dit la même chose. Après ça pose beaucoup de questions... Le champ est passionnant, c'est... Vouloir du faux, privilégier le faux pour des raisons éditoriales nobles et marketing qui ne sont pas moins nobles, mais qui sont plus marketing, ça induit parfois un choix dans la source ou dans la personne qu'on fact-checke... On fait un peu à l'envers. Moi j'ai essayé et, honnêtement, j'ai une proportion de oui qui n'est pas négligeable. J'avais fait des statistiques, d'ailleurs, à l'époque, je pourrais retrouver ça... Il y avait une grosse majorité de faux, mais il y avait aussi du vrai. D'ailleurs Jean-Philippe Balasse, qui me succède, fait du vrai aussi, parce que, c'est ce qu'on essaye de faire aussi ici à *Info*... Je ne sais pas comment évolueront dans le temps ces choses-là, mais il y a quand même une vraie fonction d'explication, de décryptage, de pédagogie sur les chiffres, les notions, etc. qui font qu'un vrai est aussi intéressant qu'un faux.

On parle souvent de « vrai étonnant »... Soit un faux, soit un « vrai étonnant »...

Oui. C'est ça. C'est : « Hé bien oui, ça peut vous étonner, mais c'est vrai ! » Vous avez totalement raison...

Donc Fabien Namias avait son idée ; il vous a présenté son projet et, finalement, ça s'est négocié sur pas mal de points parce que vous aviez cette expérience...

J'avais cette expérience. Et je lui disais que, franchement, si on ne veut pas se planter, pas décevoir l'auditeur, on ne peut pas le faire comme ça, à chaud tous les jours. Il l'a entendu...

Le deuxième point, sur le fact-checking des gens interviewés sur votre propre antenne, est intéressant. Car, aux origines du fact-checking, tel qu'il est conçu aux États-Unis, c'est de vérifier tout le contenu de son propre média... (...) C'est difficile par rapport au reste de la rédaction ?

Ah oui, pour le coup, culturellement, c'est pas du tout dans la tradition du journalisme en France. Puisqu'on est ici aux confins de la certification des informations qu'annonce une rédac, par un contrôleur interne... C'est vrai qu'aucune rédaction ne le fait aujourd'hui en France. Il est plus facile de faire du fact-checking en allant écouter les autres... Mais là si vous voulez, c'était même pas l'idée...

J'ai bien compris. Mais du coup c'est intéressant d'observer comment on est passé...

Ouais. Mais ce fact-checking avait d'autant moins de chance de s'installer en France que, de toute façon, la culture des rédactions françaises ne se prête pas à l'autocritique. On a déjà du mal à entendre et à répondre aux critiques des profanes, et donc s'entendre ou se voir critiqués par un collègue en son propre sein est quelque chose qui paraît aujourd'hui un peu exotique ou hérétique ou étonnant pour le coup... Mais c'est une piste que je continue à trouver intéressante, dans mes fonctions actuelles, mais c'est un autre débat.

À Europe 1, les choses se sont donc mises en place ainsi. Mais il y avait une différence d'organisation avec ce qui se pratique ici, à France Info, car vous n'étiez pas seul...

Non, on était deux. Non, trois, ils étaient deux avec moi. Maxime et Kim (...): Maxime faisant le relevé d'empreintes et Kim faisant l'enquête avec moi... (...) Je faisais moi-même une pré-écoute des radios et je discutais avec Maxime, et puis à 8h30-9h on savait à peu près sur quel sujet on était susceptible de partir pour le lendemain. Et Kim ensuite travaillait en journée sur l'enquête. Voilà. Je pense que c'est resté pareil, mais, bon, voilà, étant donné que le chroniqueur, ma personne, ne faisait pas que ça, j'avais forcément besoin de quelqu'un pour m'aider. Effectivement, là (à *France Info*), c'est différent, puisqu'Antoine Krempf est tout seul, mais ne fait que ça, c'est quand même très très lourd... Et c'est un peu compliqué pour lui parce que son patron est quelqu'un qui a fait la même chose que lui, ce qui n'est jamais facile *a priori*. Je suis très très content de ce qu'il fait, mais c'est assez lourd quoi...

Est-ce que ce travail est susceptible d'évoluer ici ?

Oui bien sûr. Moi, je... Ici, « Le Vrai du Faux » a commencé en version hebdomadaire et ça, Gérard (Roux) vous le racontera mieux que moi, la quotidienne a commencé en même temps qu'à *Europe 1*. Il y a eu une mini-querelle de paternité d'ailleurs au début quand *Europe 1* a lancé « Le Vrai du Faux », *Info* a dit : « Ah, *Europe 1* nous a pompé, copié... » Parce que la chronique existait en version hebdomadaire, mais, à l'origine, c'était une chronique qui avait été lancée par Mathieu Aaron je crois, qui travaillait beaucoup sur les questions de rumeurs... Mais la chronique hebdomadaire, dans les dernières semaines, était à peu près ce qu'elle est devenue en quotidienne et, en fait, sans se concerter, moi arrivant avec mon *JDD.fr* et Fabien Namias de *France 2*, on s'est dit : « On va la basculer en quotidienne ». Et *Info* a basculé aussi en quotidienne. Moi j'ai dit : « J'avais fait ça au *JDD*... »

Reste la question de l'appellation...

Oui, c'est ça, c'est ça... Pour le coup, j'étais à *Europe 1*... J'aurais été à *France Info*, j'aurais été très en colère de ce que faisait *Europe 1*. Objectivement, c'était pas l'idée de copier, puisqu'on ne savait pas qu'elle passerait en quotidienne cette chronique et on savait à peine, franchement... La chronique hebdomadaire de Gérard Roux n'était pas le référentiel pour moi en tout cas. Moi, la référence, c'était ce que j'avais fait au *JDD* et ce que *France 2* avait tenté sur l'élection présidentielle... Bon voilà. Donc, après, la question que vous me posez, je n'en sais absolument rien. Moi, je suis toujours très très angoissé par...

Il va y avoir une échéance électorale majeure...

Ouais, mais moi je m'en déconnecte... Je m'en déconnecte parce que je suis toujours angoissé par l'obsolescence programmée des rendez-vous d'antenne et, encore une fois, Antoine fait très très bien le boulot... Mais, premièrement, je pense – ce que je disais dès le début – c'est que le fact-checking doit être une pratique plus qu'une chronique, mais ça c'est facile de le dire et en même temps...

Ce n'est pas assez une pratique ?

Non, ce n'est pas assez une pratique. Et pas parce que on a en gros un alibi, à 7h20, qui nous fait dire que on n'a pas besoin de le faire ailleurs, mais, encore une fois, ça nécessite une gymnastique d'esprit et une pratique professionnelle... (...)

On peut aussi se dire que chaque journaliste pourrait acquérir des méthodes de travail légèrement différentes. On dit toujours, quand on n'aime pas parler de fact-checking, que c'est le travail de tout journaliste...

C'est normalement dans la boîte à outils des journalistes, Oui c'est sûr...

Vous, vous me dites que ce n'est tout de même pas pareil...

Non, ce n'est pas pareil. On est tous d'accord, bien sûr, que les journalistes... Mais, après, il y a un principe de réalité de l'information dans ce pays, qui fait que ce n'est pas aussi simple que ça, parce que avoir un regard critique sur nos sources c'est une chose, faire du fact-checking, c'est autre chose. En fait, le fact-checking, c'est deux choses : c'est, pour moi, encore une fois, être capable de disséquer des choses qui ont été délivrées par un émetteur, une source externe et, donc, l'auditer et la vérifier, à charge et à décharge, faux, vrai ; mais aussi – comment dire – être capable de décrypter, d'expliquer l'information, d'expliquer des notions en prenant appui sur le fact-checking. Et après la troisième chose sur le « on est différent », ce que je vous disais de façon un peu énigmatique sur mes fonctions managériales actuelles, c'était de dire – et on critique d'ailleurs beaucoup le fact-checking là-dessus, mais, à tout prendre, c'est, je pense, un acquis important – c'est ce que d'aucuns appellent l'objectivation, qui est très utile dans la vie quoi. Objectiver un propos, ça c'est un acquis qui, à mon avis est celui d'une personne qui a fait du fact-checking. C'est de dire : « Je dis ça et j'en ai la preuve chiffrée. » C'est peut-être une déformation professionnelle, ça paraît bizarre ou terrifiant pour les gens qui ne sont pas journalistes, de penser que... Oui d'accord, que tu prouves ce que tu dis, ça paraît à peu près logique... Mais quand vous avez fait du fact-checking, vous vous rendez compte que, quand même, qu'une grande partie de la parole publique ne repose pas sur des fondamentaux et que, nous-mêmes, journalistes, nous ne faisons pas le travail minimum... (...)

Ce que vous avez dit tout à l'heure, sur le fait que vous étiez attiré par cet exercice... Tous les journalistes ne le sont pas forcément ?

Oui, alors ça c'est vrai qu'il faut avoir cette tournure d'esprit. Moi j'ai toujours été...

Vous n'y êtes pas arrivé par hasard ?

Non. Complètement. Moi, l'information politique – car, de fait, aujourd'hui, le fact-checking en France, est très très centré sur l'information politique – ça m'a toujours intéressé. Mon rêve était d'être journaliste politique quand j'étais adolescent... Et en même temps, j'ai accédé à un poste dans un service politique, en 1997, à *Europe 1*, déjà, et au bout d'un an j'ai demandé à changer et à sortir du service politique, parce que l'exercice de la fonction de journaliste politique, en tout cas à l'époque à *Europe 1* – je ne globalise pas – ne me satisfaisait pas. Parce que le politique parlent à votre micro plus qu'à vous, parce que l'exercice du droit de suite... A l'époque c'était plutôt le terme droit de suite qui était utilisé... Il n'entrait pas vraiment du tout dans les canons de la profession de journaliste et encore moins de journaliste politique... J'ai préféré en sortir, faire autre chose, en restant passionné par la politique... (...) Moi, j'ai toujours aimé me dire qu'un petit grain de sable, même pas mal intentionné... Moi j'ai toujours essayé de me dire, face à une évidence, de voir si c'est évident ou pas justement...

Le fait qu'on se retrouve à parler de ça, de ce fact-checking qui est un peu mis en vitrine finalement dans les médias, est-ce que c'est pas symptomatique de tout ce qu'on ne fait pas par ailleurs ? On le met en avant : moins on le fait...

Bien sûr. C'est le mot alibi, que j'ai utilisé tout à l'heure...

Est-ce que c'est un alibi ?

Non, c'est pas un alibi. C'est... Non, pas un alibi, parce que c'est pas parce qu'il y a Antoine Krempf ici qu'on n'essaye pas de vérifier les informations et qu'on... c'est pas un alibi, mais c'est pas... Aujourd'hui, on n'a pas trouvé dans le fonctionnement des organisations le moyen de transformer cette incarnation en pratique, on n'a pas réussi à disséminer cette pratique, à la rendre... en tout cas ici. Peut-être que c'est le cas ailleurs, j'en sais rien. Je...

On a l'impression, en fait, qu'on voit d'autant plus le fact-checking dans les médias que, par ailleurs, les rédactions sont un peu compressées, le temps de l'information s'accélère et que, du coup, on peut potentiellement moins vérifier... On se donne peut-être moins de temps pour ça... C'est assez curieux. On pourrait dire qu'il y a là une sorte de contradiction... Comme un label, on dit : « Chez nous, on vérifie ! » Sans savoir si tout le monde l'a vraiment fait avant...

Alors, c'est vrai... C'est pas la vérification... Il y a deux façons d'aborder la vérification dans la production de l'information. C'est un sujet sur lequel j'ai motivé toute l'équipe depuis que je suis arrivé avec un grand chantier autour de la qualité de l'information qu'on produit. On a lancé ça il y a un an ; depuis il y a eu Charlie, Martin Bouygues, toutes ces histoires... Un chantier spécifique : on refond complètement la production de notre information et la qualité de l'information qu'on va donner sur nos antennes, radio, web, *Twitter*... Parce qu'en fait on considère qu'on produit notre information et qu'après, le support sur lequel on la diffuse n'est pas très important. La vérification et donc les process de vérification qu'on met en place à partir de janvier prochain – le chantier est en train d'aboutir – c'est en amont de l'antenne. Alors que le fact-checking dont on parle depuis tout à l'heure c'est en aval...

Le concevoir en amont n'est pas forcément une mauvaise chose...

Alors voilà, sauf qu'on parle là de notre production. Le fact-checking, c'est la vérification des sources extérieures.

Dans sa version moderne oui.

Donc on parle de deux choses différentes. Nous, on espère vraiment s'améliorer et pour le coup revendiquer ce label sur la production interne, mais sans être les inspecteurs des travaux finis qui vont réécouter les sujets... Chaque journaliste reste responsable de son contenu, doit vérifier. Mais, en revanche, on est sur la vérification, la labellisation de sources extérieures, fussent-elles achetées très cher auprès d'agences de presse. L'idée c'est de se dire qu'avec les process qu'on met en place et une équipe dédiée, un urgent *AFP* ne sera plus répercuté comme argent comptant sur l'antenne de *France Info*. Pour Martin Bouygues, on a fait l'erreur, parce que nos process de vérification et globalement les liens qui unissent une agence à ses clients font qu'on n'a pas à vérifier une information *AFP*. Bon, aujourd'hui, de fait, on a renforcé nos critères. C'est pour ça qu'on paye très cher, sinon ça ne sert plus à rien... C'est la question existentielle dans laquelle est plongée je pense, j'espère, l'*AFP*... Parce que c'est intéressant aujourd'hui, le rôle de l'*AFP* qui est traditionnellement celui d'agréger de l'information pour la diffuser, aujourd'hui cette fonction d'agrégation est devenue non pas inutile, mais enfin largement concurrencée par n'importe qui. Aujourd'hui, vous faites une bonne veille sur les réseaux sociaux vous avez à peu près le même genre d'informations. En revanche le deuxième pilier de l'*AFP* qui est celui de la certification de l'information, qui est la vraie création de valeur d'une agence je pense aujourd'hui, ben là, il est très challengé par les problèmes récurrents qu'elle rencontre. Donc nous on travaille là-dessus, c'est un chantier sur lequel on va déboucher, mais qui n'est pas la même chose que le fact-checking...

Il sera mis en avant ou restera...

Non, on ne va pas... Si, c'est mis en avant en B to B, comme on dit, dans la presse média on commence à beaucoup en parler, parce que on est un média de service public, la chaîne info du service public, il est normal que nous rendions des comptes sur la qualité de l'information qu'on diffuse. Donc on a repensé le processus de production, notamment parce qu'on est un média d'information de service public...

Cela changerait quoi, concrètement ? Dans le processus.

Concrètement, c'est de dire moins de bêtises à l'antenne. Prendre un peu plus de temps, parfois. C'est d'ores et déjà le cas. C'est-à-dire qu'aujourd'hui, l'information rapide a trouvé un canal percutant qui est le *push*, les notifications, qui changent quand même beaucoup de choses sur le *breaking news*... Depuis quelques mois, on prend un peu plus de temps et on arrête de penser que parce qu'on arrive une demi-heure après les autres on a mal fait notre boulot. On fait en sorte de vérifier les informations. Ça arrive aujourd'hui, quand on a un urgent *AFP* avec comme source « sources judiciaires », au pluriel, volontairement, on ne le *push* plus, on vérifie avant. Dans la plupart des cas. Là, on est dans la vérification de sources

alternatives fussent-elles, encore une fois, dignes de foi, mais plus rien n'est digne de foi, y compris l'AFP ; ça leur déplaît quand je le leur dit, mais malheureusement... En revanche, le fact-checking aujourd'hui, tel qu'il est pratiqué pourrait s'imbriquer à l'avenir dans un projet d'entreprise ou un projet éditorial qui serait celui d'une chaîne info de service public, serait celui du contrôle de la parole sur les antennes, d'intervenants extérieurs. En gros, c'est ça le champ du fact-checking tel qu'on peut l'imaginer. Et donc, si on mixe ces deux types de vérification, celui de l'agence en amont et celui d'un fact-checkeur en aval, on a quelque chose qui commence à ressembler à une notion intéressante. Et là, ce serait pas mal accepté je pense. En revanche, c'est vrai qu'il m'est arrivé, je peux le dire, dans le cadre de mes fonctions à *Europe 1*, d'entendre des bêtises dans la voix des journalistes d'*Europe 1*, et de me dire que c'était pas mon boulot que de le dire à l'antenne. En revanche, j'ai fait passer des messages parce que Kim et Maxime sont parvenus à dénicher des erreurs factuelles... Et donc ça m'est arrivé de faire passer des petits messages à des journalistes en disant : « Tiens, là, tu as... je pense que tu as dit une bêtise parce que on avait vérifié l'information... »

Sans trop de difficultés alors ?

Ben, ça reste dans le cadre d'un mail personnel et voilà... Non, justement, c'est ça qui est intéressant. C'est aussi par rapport à mon pédigrée, mon CV, qui le permettait... C'est-à-dire que j'étais l'ancien patron du mec et en même temps totalement détaché du truc et ça restait entre nous. C'est aussi ça qui est intéressant dans l'évolution de la fonction, un truc sur lequel je travaille et on verra ça dans les années suivantes, parce que là on a déjà ce projet de certification des informations, le fait d'avoir ces fonctions en aval, de voir... Après, tout est question d'expression de cette... On peut dire : « Ah ouais, c'est deux poids, deux mesures... » Mais c'est comme ça. On dénonce à l'antenne les conneries des intervenants extérieurs et puis, nos propres erreurs, on les garde pour nous.

Beaucoup de fact-checkeur, finalement, disent : « Ça ne veut pas dire que les autres ne vérifient pas, tout le monde vérifie, c'est bien comme ça... » Je pense aussi à la presse écrite, où l'on a plus de temps et où l'on pourrait dire qu'une interview politique pourrait être assortie d'un encadré qui vérifie la parole de l'interviewé... mais on ne le fait pas...

Non. Il faut, c'est vrai, adapter les principes à la temporalité des médias.

Dans le cas de la presse écrite, on pourrait le faire...

Je pense aussi. Mais c'est très très délicat. En radio c'est moins délicat, je pense, mais il y a des contraintes opérationnelles étant donné qu'on est sur une logique de flux... Moi, j'ai posé comme règle en arrivant qu'il n'y avait pas de contradiction entre la réactivité et la qualité. C'est-à-dire que c'est pas parce qu'on est dans le flux qu'on est contraint de dire des bêtises. Il faut juste s'organiser différemment et, du coup, cette maison ayant été montée il y a 29 ans maintenant sur un modèle très simple qui était : des rédacteurs en chefs et des présentateurs qui vont récupérer de l'information produite par l'AFP et vont la restituer à l'antenne, parce qu'ils n'avaient pas les moyens de produire en interne de l'information... ce modèle est aujourd'hui totalement dépassé, on l'a expérimenté. Donc, ré-internaliser la production de l'information et sa certification, c'est plutôt très bien, mais ça coûte cher. Il faut voir ce que l'on veut. Mais c'est passionnant parce qu'on est vraiment à cette époque-là quoi. Finalement, le fact-checking débouche sur plein de questions sur la vérification et la production même de l'information. C'est pour ça qu'on a enclenché ça, ici, il y a un an et demi, parce que moi je venais avec ça dans la tête, cette idée que je passais mon temps à écouter les bêtises sur les antennes et qu'il fallait se demander comment faire en sorte d'améliorer notre capacité à dire le moins de bêtises possible.

Pour vous, l'avenir n'est donc pas de restreindre le fact-checking à une rubrique ? Il y a tout de même un côté absurde à aller vérifier ce qui s'est dit ailleurs alors que chez vous, l'intervieweur n'a peut-être pas fait correctement son boulot...

Non, peut-être que... Sauf à justifier ça par le fait que ça permet globalement de progresser sur la compréhension de l'information. Je ne sais pas ce qui est de l'ordre de l'évolution de la chronique, du fait que la mode est dépassée et qu'on se dit qu'on perpétue le truc en l'améliorant sur l'aspect décryptage de l'information... Je sais pas...

Est-ce que ce n'est pas, par certains côtés, une forme d'affichage marketing finalement ce fact-checking politique ?

Je ne sais pas. Oui, mais on n'en rajoute pas non plus. Ce qui serait fort, ce serait de dire : on écoute toute notre antenne et on fact-checke tous les invités de *France Info*. Si on se donnait les moyens de le faire, on ferait du marketing là-dessus. Mais là, aujourd'hui...

Celui qui entend sait qu'il y a ce travail fait sur l'antenne... Cela doit le mettre en confiance, non ?

Oui, sans doute. C'est vrai. Mais je vous ai dit, ces chroniques ont été installées pour – le mot marketing est fort – réaffirmer... Après, moi ça correspond à ce que je pense depuis des années là-dessus... Éric Scherer l'avait écrit dans un post il y a des années aussi... C'est « que va-t-il rester aux journalistes à la fin ? ». Il ne va plus rester autant de fonctions exclusives. Et les fonctions exclusives du journaliste c'est la mise en relation, le veille, la curation et l'agrégation et le tri et la vérification, qui est un vrai, une vraie fonction professionnelle quoi. Le fact-checking citoyen, ça n'existe pas. Effectivement, on revient à la base de la pratique journalistique. Le fait de l'exprimer sur une antenne, c'est pas du marketing pour moi, franchement je sais en faire du marketing, mais c'est juste montrer ce que... ça fait partie des fondamentaux d'une rédaction. Voyez, par exemple, moi j'ai supprimé les éditoriaux sur *France Info*, non pas parce que j'aime pas ça, mais parce que dans le fonctionnement d'une chaîne info, ce n'est pas un élément différenciant par rapport à la production éditoriale aujourd'hui dans notre pays. N'importe qui peut faire un édito. Se dire qu'on dédie un temps d'antenne à faire un édito... En revanche, se dire qu'on vérifie de l'information, ça, c'est dans la vocation de base de la chaîne, qui n'était pas la vocation à l'origine, je le redis, on lisait les dépêches *AFP*. On continue à donner de l'information en temps réel, mais de plus en plus on est là pour donner de la bonne information.

Je n'évoquais pas votre conviction personnelle, mais est-ce que ces rendez-vous n'ont pas progressé à l'intérieur des différents médias, avec cette idée dans la tête de la personne qui décide : « C'est pas mal qu'on ait un rendez-vous comme ça chez nous »...

Peut-être. Il faudrait demander à Fabien Namias. Pour le coup je ne suis que l'instrument de ses décisions managériales... (...)

On a introduit un élément de dramatisation avec Fabien Namias qui était celui-là : le couperet qui tombe, vrai/faux. Là, on a dramatisé dans l'écriture de la chronique, dans le scénario de la chronique... C'est Fabien qui me l'a demandé et je trouve ça très très bien, c'est d'introduire une notion de suspense au moment où je fais le lancement, on écoute le son et, systématiquement, le présentateur dit : « Alors Laurent Guimier, il y a plus d'immigrés en Suède qu'en France selon Florian Philippot, vrai ou faux ? » Et là, roulement de tambour... Ça c'est un élément de dramatisation qui reste... Un communicant m'avait dit : « Vous ne vous rendez pas compte de l'effet guillotine de votre chronique, quand on entend qu'on va passer à la moulinette... »

On peut s'interroger sur ce positionnement binaire...

Non, non, mais il y a un scénario... Vous allez comprendre... Mais si vous prenez la mécanique du « Détecteur de mensonges », y compris graphique, c'est pas du tout ça. La mécanique du « Détecteur de mensonges », c'était une jauge qui va de zéro à cent où, dès le début, nous avons décidé de ne pas dire blanc ou noir, mais de dire : « À 80%, 60%... » Il y avait une échelle. Donc croyez-moi !

J'ai vu que sur le site web de *France Info*, on avait commencé à mettre un compteur, en faisant plus dans la nuance...

Oui, oui. (...) Et on a fait un amendement à la chronique, comme un post-scriptum pour traiter d'une rumeur... On l'a pas du tout fait dans une optique de recherche d'audience numérique, mais de fait, c'est vrai que ça a parfois tendance à écraser le sujet précédent.

Annexe 4

Les principales chartes de déontologie des journalistes.

Charte d'éthique professionnelle des journalistes

SNJ, 1918/38/2011

Le droit du public à une information de qualité, complète, libre, indépendante et pluraliste, rappelé dans la Déclaration des droits de l'homme et la Constitution française, guide le journaliste dans l'exercice de sa mission. Cette responsabilité vis-à-vis du citoyen prime sur toute autre.

Ces principes et les règles éthiques ci-après engagent chaque journaliste, quelles que soient sa fonction, sa responsabilité au sein de la chaîne éditoriale et la forme de presse dans laquelle il exerce.

Cependant, la responsabilité du journaliste ne peut être confondue avec celle de l'éditeur, ni dispenser ce dernier de ses propres obligations.

Le journalisme consiste à rechercher, vérifier, situer dans son contexte, hiérarchiser, mettre en forme, commenter et publier une information de qualité ; il ne peut se confondre avec la communication. Son exercice demande du temps et des moyens, quel que soit le support. Il ne peut y avoir de respect des règles déontologiques sans mise en œuvre des conditions d'exercice qu'elles nécessitent.

La notion d'urgence dans la diffusion d'une information ou d'exclusivité ne doit pas l'emporter sur le sérieux de l'enquête et la vérification des sources.

La sécurité matérielle et morale est la base de l'indépendance du journaliste. Elle doit être assurée, quel que soit le contrat de travail qui le lie à l'entreprise.

L'exercice du métier à la pige bénéficie des mêmes garanties que celles dont disposent les journalistes mensualisés.

Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte ou exprimer une opinion contraire à sa conviction ou sa conscience professionnelle, ni aux principes et règles de cette charte.

Le journaliste accomplit tous les actes de sa profession (enquête, investigations, prise d'images et de sons, etc...) librement, a accès à toutes les sources d'information concernant les faits qui conditionnent la vie publique et voit la protection du secret de ses sources garantie.

C'est dans ces conditions qu'un journaliste digne de ce nom :

- Prend la responsabilité de toutes ses productions professionnelles, mêmes anonymes ;
- Respecte la dignité des personnes et la présomption d'innocence ;
- Tient l'esprit critique, la véracité, l'exactitude, l'intégrité, l'équité, l'impartialité, pour les piliers de l'action journalistique ; tient l'accusation sans preuve, l'intention de nuire, l'altération des documents, la déformation des faits, le détournement d'images, le mensonge, la manipulation, la censure et l'autocensure, la non vérification des faits, pour les plus graves dérives professionnelles ;
- Exerce la plus grande vigilance avant de diffuser des informations d'où qu'elles viennent ;
- Dispose d'un droit de suite, qui est aussi un devoir, sur les informations qu'il diffuse et fait en sorte de rectifier rapidement toute information diffusée qui se révélerait inexacte ;
- N'accepte en matière de déontologie et d'honneur professionnel que la juridiction de ses pairs ; répond devant la justice des délits prévus par la loi ;
- Défend la liberté d'expression, d'opinion, de l'information, du commentaire et de la critique ;
- Proscrit tout moyen déloyal et vénal pour obtenir une information. Dans le cas où sa sécurité, celle de ses sources ou la gravité des faits l'obligent à taire sa qualité de journaliste, il prévient sa hiérarchie et en donne dès que possible explication au public ;
- Ne touche pas d'argent dans un service public, une institution ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées ;
- N'use pas de la liberté de la presse dans une intention intéressée ;
- Refuse et combat, comme contraire à son éthique professionnelle, toute confusion entre journalisme et communication ;
- Cite les confrères dont il utilise le travail, ne commet aucun plagiat ;

- Ne sollicite pas la place d'un confrère en offrant de travailler à des conditions inférieures ;
- Garde le secret professionnel et protège les sources de ses informations ;
- Ne confond pas son rôle avec celui du policier ou du juge.

Déclaration des droits de l'homme et du citoyen (article XI) : « La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme : tout Citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté, dans les cas déterminés par la Loi. »

Constitution de la France (article 34) : « La loi fixe les règles concernant les droits civiques et les garanties fondamentales accordées aux citoyens pour l'exercice des libertés publiques ; la liberté, le pluralisme et l'indépendance des médias. »

Déclaration des devoirs et des droits des journalistes

Munich, 1971

Préambule

Le droit à l'information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales de tout être humain.

Ce droit du public de connaître les faits et les opinions procède l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes.

La responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de leurs employeurs et des pouvoirs publics.

La mission d'information comporte nécessairement des limites que les journalistes eux-mêmes s'imposent spontanément. Tel est l'objet de la déclaration des devoirs formulés ici.

Mais ces devoirs ne peuvent être effectivement respectés dans l'exercice de la profession de journaliste que si les conditions concrètes de l'indépendance et de la dignité professionnelle sont réalisées. Tel est l'objet de la déclaration des droits qui suit.

Déclaration des devoirs

Les devoirs essentiels du journaliste, dans la recherche, la rédaction et le commentaire des événements, sont :

- 1) respecter la vérité, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître ;
- 2) défendre la liberté de l'information, du commentaire et de la critique ;
- 3) publier seulement les informations dont l'origine est connue ou les accompagner, si c'est nécessaire, des réserves qui s'imposent ; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et les documents ;
- 4) ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies et des documents ;
- 5) s'obliger à respecter la vie privée des personnes ;
- 6) rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte ;
- 7) garder le secret professionnel et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement ;

8) s'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation, les accusations sans fondement ainsi que de recevoir un quelconque avantage en raison de la publication ou de la suppression d'une information ;

9) ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs ;

10) refuser toute pression et n'accepter de directives rédactionnelles que des responsables de la rédaction.

Tout journaliste digne de ce nom se fait un devoir d'observer strictement les principes énoncés ci-dessus ; reconnaissant le droit en vigueur dans chaque pays, le journaliste n'accepte, en matière d'honneur professionnel, que la juridiction de ses pairs, à l'exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre.

Déclaration des droits

1) Les journalistes revendiquent le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique. Le secret des affaires publiques ou privées ne peut en ce cas être opposé au journaliste que par exception en vertu de motifs clairement exprimés.

2) Le journaliste a le droit de refuser toute subordination qui serait contraire à la ligne générale de son entreprise, telle qu'elle est déterminée par écrit dans son contrat d'engagement, de même que toute subordination qui ne serait pas clairement impliquée par cette ligne générale.

3) Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte professionnel ou à exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction ou sa conscience.

4) L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise.

Elle doit être au moins consultée, avant décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : embauche, licenciement, mutation et promotion de journaliste.

5) En considération de sa fonction et de ses responsabilités, le journaliste a droit non seulement au bénéfice des conventions collectives, mais aussi à un contrat personnel assurant sa sécurité matérielle et morale ainsi qu'une rémunération correspondant au rôle social qui est le sien et suffisante pour garantir son indépendance économique.

Charte Qualité de l'information

Assises du Journalisme, 2008

PRINCIPES :

Le droit à l'information est une liberté fondamentale de tout être humain, comme le droit à la critique et à la libre expression affirmé par la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen. Il est aujourd'hui garanti par la Constitution Française et par la Convention Européenne des Droits de l'Homme.

Il n'est pas d'exercice de la démocratie sans une information honnête, rigoureuse, fiable, pluraliste et responsable. Le droit du public à une information de qualité fonde la légitimité du travail des journalistes telle qu'elle est reconnue par la loi du 29 mars 1935. Une information de qualité détermine la confiance du public et qualifie la valeur des médias qui les éditent.

La présente Charte de la Qualité de l'Information s'inscrit dans le droit fil des chartes qui ont structuré le débat sur les exigences d'une information libre et indépendante. Celle de 1918 et celle ratifiée par les syndicats européens de journalistes en 1971. Les éditeurs et les journalistes signataires en portent aujourd'hui les valeurs.

L'éditeur désigne toute personne physique ou morale qui édite une publication de presse, quel que soit son support. Le terme employé ici associe par nature l'ensemble des entreprises de communication audiovisuelle ainsi que les agences de presse.

Le journaliste est celui dont le métier est de rechercher des informations, les vérifier, les sélectionner, les situer dans leurs contextes, les hiérarchiser, les mettre en forme et éventuellement les commenter. Il le fait au travers d'un média imprimé, radiodiffusé, télévisé ou numérique, au moyen de textes, de sons, d'images fixes ou animées.

Le média est le produit que fabriquent ensemble éditeurs et journalistes pour diffuser des informations à destination d'un public. Il ne peut y avoir de médias d'information sans journalistes professionnels regroupés au sein d'une rédaction et sans éditeurs.

La mission essentielle que partagent les journalistes et les éditeurs est – en toute indépendance – de permettre à leurs concitoyens de mieux comprendre le monde dans lequel ils vivent pour y agir en connaissance de cause.

L'éditeur et la collectivité des journalistes définissent en concertation les objectifs éditoriaux auxquels ils souscrivent ainsi que les moyens de les mettre en oeuvre. Ce « contrat éditorial » fonde la relation de confiance entre eux et avec le public.

Les valeurs fondamentales de la vie démocratique fondent la présente

« Charte de la Qualité de l'Information » :

- L'honnêteté
- Le souci de la vérité des faits
- le respect des personnes
- le respect de la diversité des opinions
- le refus de la manipulation des consciences.
- le refus de la corruption
- le devoir de publier ce qui est d'intérêt public.
- Et en toute circonstance la culture du doute

Les équipes rédactionnelles et les éditeurs s'engagent à respecter ces principes et à les faire prévaloir dans les médias où ils exercent.

RECHERCHE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION :

Une information de qualité doit être exacte. La rechercher, la vérifier et la mettre en forme nécessite du temps et des moyens. L'approximation, la déformation doivent être bannies, tout comme le mensonge, l'invention, la rumeur. Editeurs et journalistes s'obligent à rectifier les erreurs qui ont pu être commises.

L'origine des informations doit être connue du public. Lorsque l'anonymat s'avère nécessaire, éditeurs et journalistes en prennent la responsabilité.

La recherche des faits est conduite sans a priori, dans un souci d'équité et de neutralité. Ils sont rapportés avec exactitude. Le résumé ou la synthèse ne peut justifier l'approximation.

INDÉPENDANCE :

L'indépendance est la condition principale d'une information de qualité. Une indépendance à l'égard de tous les pouvoirs. Editeurs et journalistes s'obligent à prendre recul et distance avec toutes les sources d'information, qu'elles soient institutionnelles, associatives ou privées.

Les journalistes comme les éditeurs s'interdisent toute pratique pouvant conduire à un « conflit d'intérêt » dans l'exercice de leurs fonctions. Ils refusent les avantages, financiers ou autres, dans l'exercice de leur métier. Ils n'acceptent aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs publicitaires, comme des lobbies et des services de presse ou de communication.

L'information de qualité ne s'épanouit que dans la liberté. Editeurs et journalistes refusent toute censure. Face aux modes, aux affirmations péremptoires et aux idées reçues, Ils s'imposent de toujours cultiver le doute.

RESPECT DES PERSONNES ET DU PUBLIC :

Une information de qualité ne peut transiger avec le respect de la personne. Les journalistes et les éditeurs s'obligent à respecter la vie privée. Ils ne diffusent une information dans ces domaines que si elle apparaît nécessaire à la compréhension d'événements ou de situations de la vie publique.

Les journalistes et les éditeurs ne sont ni des juges ni des policiers. Ils respectent scrupuleusement la présomption d'innocence. Ils ne forment pas un pouvoir mais un contre pouvoir. C'est dans le strict cadre de leurs fonctions qu'ils concourent à la recherche de la vérité. Le droit du public à connaître cette vérité indépendamment de toutes pressions est leur justification.

Les journalistes et les éditeurs affirment qu'il ne peut y avoir d'information de qualité sans une relation de confiance avec le public qui la reçoit. Ils mettent en oeuvre tous les moyens qui permettent au citoyen de contribuer à la qualité de cette information.

- Organisation d'un dialogue transparent sur la qualité éditoriale : courrier des lecteurs, forum, médiateurs, etc....
- Garantie d'obtenir rectification publique quand la relation des faits est altérée.
- Capacité d'obtenir des précisions sur la façon dont a été mené le travail éditorial, dans la seule limite de la confidentialité des sources et du secret professionnel.

Annexe 5

Les principales chartes des fact-checkeurs français.

La charte des « Décodeurs » du *Monde*

Les « Décodeurs » du « Monde », ce sont des vérifications factuelles, des explications et du contexte autour de l'actualité du moment, au rythme des réseaux. Nous suivons dix règles.

Certains des points énoncés ci-dessous paraîtront évidents ; ce sont en effet les fondamentaux du métier de journaliste. D'autres en revanche sont plus spécifiques. Les premiers plus les seconds décrivent notre manière de travailler :

1. Nous donnons du contexte et des faits

Nos articles sont construits avant tout autour de faits les plus objectifs possible : statistiques, chiffres, lois, dates, faits, sont notre matériau premier. Nous fournissons des faits, nous ne faisons pas de journalisme spéculatif, nous ne donnons pas notre avis.

2. Nous vérifions informations et déclarations publiques

Les Décodeurs sont tournés vers la vérification factuelle. Les assertions – qu'elles proviennent de politiques ou d'autres acteurs publics – sont vérifiées et contextualisées.

3. Rien n'est trop complexe pour être expliqué simplement

Tous les phénomènes, toutes les questions d'actualité, sont explicables au plus grand nombre. Nous veillons à ce que les articles des Décodeurs soient en permanence compréhensibles, même par des gens qui ne connaissent pas le sujet.

4. Le texte n'est qu'une option pour raconter l'information

Si un graphique explique mieux un sujet qu'un texte, nous choisirons le graphique. Les informations peuvent souvent être racontées en graphes, en données ou en vidéo.

5. Les données sont des informations, les informations sont des données

Le datajournalisme — le traitement, la mise en forme et en scène de données — constitue l'un des axes que nous privilégions pour traiter l'information.

6. Nos sources sont accessibles en un clic

Nos articles mentionnent explicitement la source d'un fait ou d'un chiffre. Dès qu'un fait, qu'un chiffre, qu'une source, est disponible sur Internet, nous l'indiquons par un lien.

7. L'unité ce n'est pas l'article, c'est l'information

Nous n'attendons pas pour publier une information pertinente d'avoir fini de rédiger un long article. Ce qui compte, c'est cette information, si elle permet d'éclairer un débat. Aussi, la donnons-nous dès qu'elle est fiable et vérifiée, sur le support le plus adéquat. Nous assemblerons ensuite ces « briques » d'information.

8. L'information ne vaut que si elle est partagée

Les productions des Décodeurs ne sont pas limitées à des articles sur le site du Monde.fr, elles peuvent aussi être diffusées sur les réseaux sociaux, où elles pourront toucher leur public.

9. Une information est un élément de la conversation sur les réseaux sociaux

Chaque publication peut donner lieu à des échanges avec les lecteurs. Leurs remarques sont prises en compte et peuvent donner lieu à des modifications dans les contenus.

10. Nous sommes au service de nos lecteurs

Nous cherchons à répondre aux questions, aux polémiques, à mesure qu'elles se forment sur les réseaux sociaux. Nous sommes à l'écoute de nos lecteurs et de leurs besoins d'explications face à l'actualité.

Disponible en ligne sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/03/10/la-charte-des-decodeurs_4365106_4355770.html (page consultée le 5 octobre 2017).

La présentation de « Désintox » à *Libération*

Désintox est la rubrique de fact-checking de Libération. Elle détecte et corrige les erreurs du débat public.

Qu'est-ce que c'est ? Désintox est «aux basques des intox en tous genres qui polluent le débat public». La rubrique de fact-checking (vérification des faits) de Libération a été créée en 2008 pour détecter les mensonges et erreurs factuelles des politiques et responsables public. Même si ce n'est pas l'essentiel de notre travail, il nous arrive aussi de débusquer des hoax et fake news qui circulent sur les réseaux sociaux. Le but n'est pas d'être juge de la vérité, mais de vérifier des affirmations en se basant sur des faits.

Désintox se décline aussi à la télévision, dans des vidéos d'animations d'une minute trente diffusées dans l'émission *28 minutes* d'Arte.

Comment ça marche ? Nous partons d'allégations vues ou entendues à la télévision, radio ou sur les réseaux sociaux pour les vérifier. Un fact-check permet souvent de donner des faits tangibles et d'apporter un contexte plus large sur des faits d'actualité. Nos sources sont les plus objectives possibles: dates, chiffres, lois... Des liens hypertextes sont toujours disponibles pour remonter à la source. En cas de correction majeure ou de compléments d'informations, nous prévenons nos lecteurs en ajoutant un paragraphe «Edit» en bas de page.

Comment nous contacter ? Nous sommes toujours prêts à échanger avec nos lecteurs par le biais de notre compte Twitter, LibéDésintox, ou sur Facebook. Vous pouvez nous y proposer des sujets, et nous répondrons à vos questions dans la mesure du possible. Il est aussi possible de nous joindre par le biais du formulaire de contact de Libération, disponible ici.

SERVICE DESINTOX

Disponible en ligne sur : http://www.liberation.fr/desintox/2017/03/27/desintox-qui-sommes-nous_1558052 (page consultée le 5 octobre 2017).

Annexe 6

La charte et le « Vetting process » de l'IFCN.

International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles

The [International Fact-Checking Network \(IFCN\)](#) at Poynter is committed to promoting excellence in fact-checking.

We believe nonpartisan and transparent fact-checking can be a powerful instrument of accountability journalism; conversely, unsourced or biased fact-checking can increase distrust in the media and experts while polluting public understanding.

This code of principles is for organizations that regularly publish nonpartisan reports on the accuracy of statements by public figures, major institutions, and other widely circulated claims of interest to society. It is the result of consultations among fact-checkers from around the world and offers conscientious practitioners principles to aspire to in their everyday work.

- 1. A COMMITMENT TO NONPARTISANSHIP AND FAIRNESS** We fact-check claims using the same standard for every fact check. We do not concentrate our fact-checking on any one side. We follow the same process for every fact check and let the evidence dictate our conclusions. We do not advocate or take policy positions on the issues we fact-check.
- 2. A COMMITMENT TO TRANSPARENCY OF SOURCES** We want our readers to be able to verify our findings themselves. We provide all sources in enough detail that readers can replicate our work, except in cases where a source's personal security could be compromised. In such cases, we provide as much detail as possible.
- 3. A COMMITMENT TO TRANSPARENCY OF FUNDING & ORGANIZATION** We are transparent about our funding sources. If we accept funding from other organizations, we ensure that funders have no influence over the conclusions we reach in our reports. We detail the professional background of all key figures in our organization and explain our organizational structure and legal status. We clearly indicate a way for readers to communicate with us.
- 4. A COMMITMENT TO TRANSPARENCY OF METHODOLOGY** We explain the methodology we use to select, research, write, edit, publish and correct our fact checks. We encourage readers to send us claims to fact-check and are transparent on why and how we fact-check.
- 5. A COMMITMENT TO OPEN AND HONEST CORRECTIONS** We publish our corrections policy and follow it scrupulously. We correct clearly and transparently in line with our corrections policy, seeking so far as possible to ensure that readers see the corrected version.

ADVERTISEMENT

GOUCHER COLLEGE

MFA in
Creative Nonfiction

PERSONALIZED PROGRAM

One-on-One Faculty Mentors
Single-Genre Focus
Publishing Emphasis

INDUSTRY CONNECTIONS

Faculty & Students Published More Than 100 Books
Residency Networking Events With Publishers & Editors

APPLY TODAY

ADVERTISEMENT

GOUCHER COLLEGE

MFA in
Creative Nonfiction

PERSONALIZED PROGRAM

One-on-One Faculty Mentors
Single-Genre Focus
Publishing Emphasis

INDUSTRY CONNECTIONS

Faculty & Students Published More Than 100 Books
Residency Networking Events With Publishers & Editors

Disponible en ligne sur : <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles> (page consultée le 5 octobre 2017).

INTERNATIONAL FACT-CHECKING NETWORK @ Poynter.

This code of principles was [launched on Sep. 15, 2016](#). On Jan. 17, 2017, the IFCN introduced an [application and vetting process](#). This followed the [announcement](#) by Facebook that being a signatory to this code is a minimum condition for being accepted as a third-party fact-checker on the social network (more about that in [this Q&A](#)) and a consultation among existing signatories. Verified signatories are evaluated on the basis of their respect of the five principles through the process linked above at the date of application. No further endorsement of their work should be presumed. The effectiveness of this system in upholding signatories' standards will be kept under review.

Verified signatories

1. [AP Fact Check](#) (USA | May 25 2017 | [application](#) | [assessment](#) | Note: signatory was verified after making some changes, see assessment for more details)
2. [Africa Check](#) (South Africa, Kenya, Nigeria and Senegal | Mar 8 2017 | [application](#) | [assessment](#))
3. [Agência Lupa](#) (Brazil | Mar 28 2017 | [application](#) | [assessment](#) | Note: signatory was verified after additional information about funding was added)
4. [Agência Pública - Truco](#) (Brazil | Mar 28 2017 | [application](#) | [assessment](#) | Note: signatory was verified after author biographies were added)
5. [Aos Fatos](#) (Brazil | Mar 30 2017 | [application](#) | [assessment](#) | Note: signatory was verified after the corrections policy was published and it was made easier for readers to submit claims to fact check)
6. [Chequeado](#) (Argentina | Mar 24 2017 | [application](#) | [assessment](#))
7. [Climate Feedback](#) (USA | May 23 2017 | [application](#) | [assessment](#) | Note: signatory was verified after making some changes, see assessment for more details)
8. [Correctiv](#) (Germany | Jul 17 2017 | [application](#) | [assessment](#))
9. [Dogruluk Payı](#) (Turkey | Jun 5 2017 | [application](#) | [assessment](#) | Note: signatory was verified after making some changes, see assessment for more details)

Disponible en ligne sur : <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles> (page consultée le 5 octobre 2017).



**INTERNATIONAL
FACT-CHECKING
NETWORK @ Poynter.**

Application process for signatories of the [Fact-checkers' Code of Principles](#) (as of Mar 10, 2017).

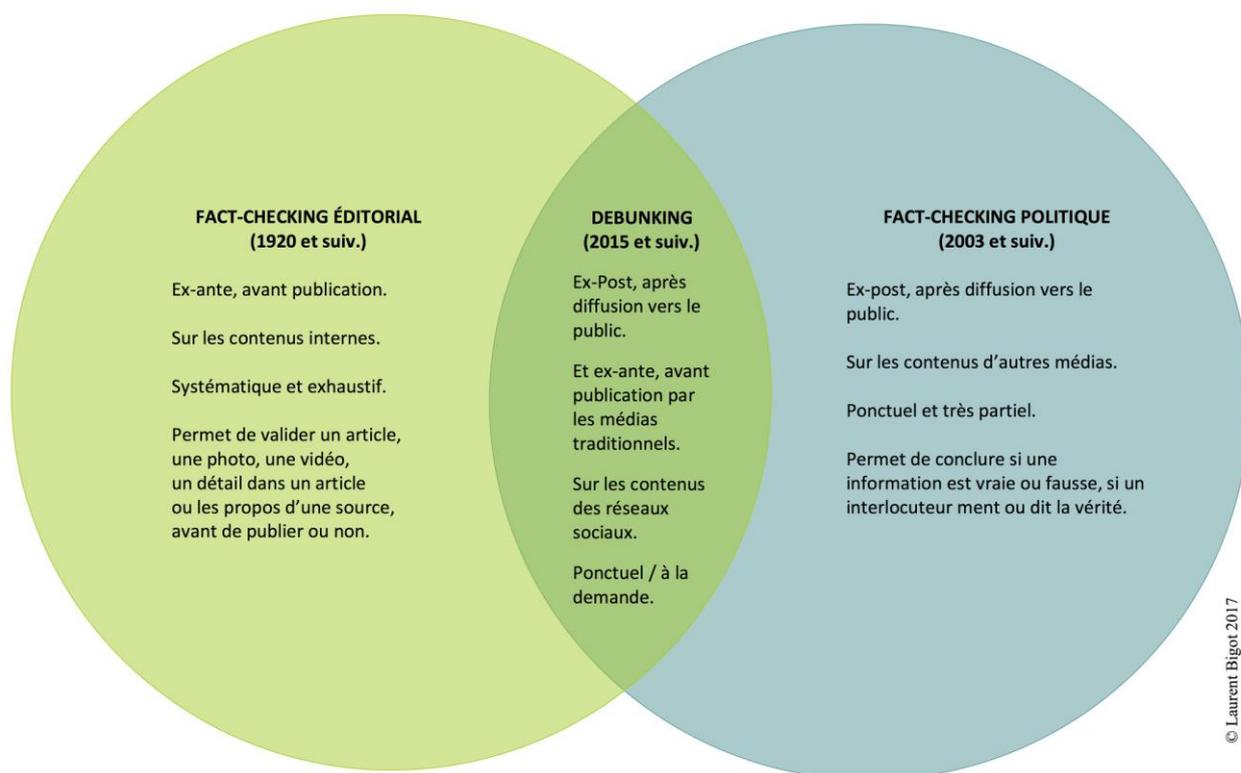
APPLICATION →	ASSESSMENT →	VERIFICATION
<p>Aspiring signatories to the IFCN code of principles must submit an application through this online form.</p> <p>Please follow instructions closely and provide all necessary details. Incomplete applications will not be forwarded to assessors.</p> <p>Note: the information shared through this form will be made publicly available on the landing page of the code of principles if the signatory is verified.</p> <p>The application process entails a non-refundable fee (US\$ 200). This fee offsets part of the cost of conducting the external assessment. Applications will not be considered unless the fee has been paid.</p> <p>No part of the fee covers any costs of the IFCN at Poynter.</p> <p>N.B. applications received by Mar 20 will be evaluated by the end of April. Applications received after that date will be evaluated by June 15.</p>	<p>Evaluation of the applicant's respect of the code of principles is conducted by external assessors. They are selected for their expertise in journalism and disciplines related to fact-checking in the region where the aspiring signatory operates. They are paid US\$ 350 per assessment by the IFCN.</p> <p>The assessors evaluate following this checklist and recommend approval or rejection. The IFCN interim Board* confirms the findings with at least 4 favorable votes.</p> <p>In these early stages, priority will be given to applications from countries where Facebook allows third-party fact-checkers to operate. The entire list of applications received by Jan. 31 will be cleared by Jun. 30. Following that date, applications will be vetted every quarter.</p> <p><small>*The interim board is currently chaired by Peter Cunliffe-Jones (Africa Check). Members are Angie Holan (Politifact), Baybars Orsek (Doaruluk Payi), Govindraj Ethiraj (Factchecker.in), Glenn Kessler (Washington Post), Laura Zommer (Chequeado), Phoebe Arnold (Full Fact). Board members recuse themselves from voting on their own organization.</small></p>	<p>If the assessors recommend against approval, they will give the applicant the opportunity to correct the issues raised, or to appeal to the IFCN Board, which will then review the application. The Board has the final say.</p> <p>Approved signatories can put a badge on their site indicating that they have been found to be compliant.</p> <p>Within a year from being approved and every year thereafter, approved signatories need to publish a report detailing how they respected the code. This is reviewed by the external assessor for re-verification.</p> <p>Violations of the code in between assessments will be evaluated by the Board and could result in the verified signatory's removal from the list.</p>

Disponible en ligne sur :

<https://docs.google.com/document/d/1TVH6Xduaz8lYxvnRfMzi85PMTxCseNoUQ-gcdqIsnoI/edit> (page consultée le 5 octobre 2017).

Annexe 7

Le diagramme de Venn de l'ancien et du nouveau fact-checking.



Ce diagramme constitue une proposition de visualisation des différents modes de fact-checking évoqués dans notre travail de recherche. Il est placé ici afin de permettre, le cas échéant, de préciser notre conception du fact-checking et de ses évolutions. Mais il gagnera à être complété au fur et à mesure que les pratiques médiatiques de vérification poursuivront leurs transformations et leurs interactions.

Annexe 8

Les différents types de fact-checking (classification).

LE DÉMENTI

DESINTOX

Si, Florian Philippot, les fonctionnaires allemands ont le droit de se syndiquer

Par Jacques Pezet — 8 mars 2017 à 08:18



Des ouvriers d'une PME allemande. Photo Daniel Roland. AFP

Le numéro 2 du FN disait « croire » que les fonctionnaires en Allemagne ne peuvent pas être syndiqués. Il croit mal.

➔ Si, Florian Philippot, les fonctionnaires allemands ont le droit de se syndiquer

INTOX. Interrogé lundi par Patrick Cohen dans *C à vous* sur France 5 sur la disparition du programme du FN de la proposition d'interdiction de se syndiquer pour les magistrats, le vice-président du Front National, Florian Philippot, a répondu qu'il souhaitait « que les gens sachent par qui ils sont jugés » avant d'ajouter: « Je crois qu'en Allemagne c'est tous les fonctionnaires qui ne peuvent pas être syndiqués. Je n'y suis pas favorable ».

DESINTOX. Bien entendu, on note le « je crois » qui précède la déclaration et qui donne le droit à l'erreur, mais puisque personne sur le plateau de l'émission n'a réagi, un rectificatif s'impose: les fonctionnaires ont bien le droit de se syndiquer en Allemagne. La preuve ? La deuxième confédération syndicale, en nombre d'adhérents, d'Allemagne est la Fédération des fonctionnaires allemands (Deutscher Beamtenbund und Tarifunion). Selon son dossier « Chiffres, dates et faits 2017 », elle comptait plus 1,3 millions d'adhérents en 2016, dont 919 417 fonctionnaires.

« Désintox », *Libération*. Disponible sur : <https://tinyurl.com/yb7mejcg> (page consultée le 16 octobre 2017).

LE CONTRÔLE DE PROMESSES

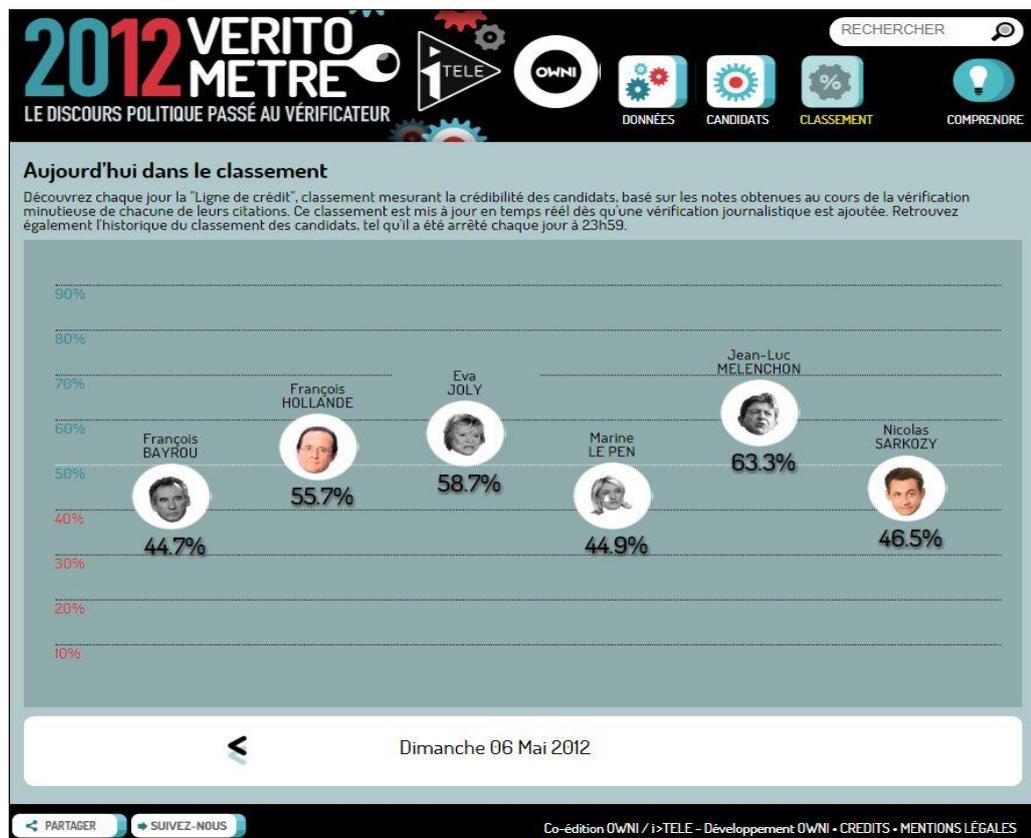
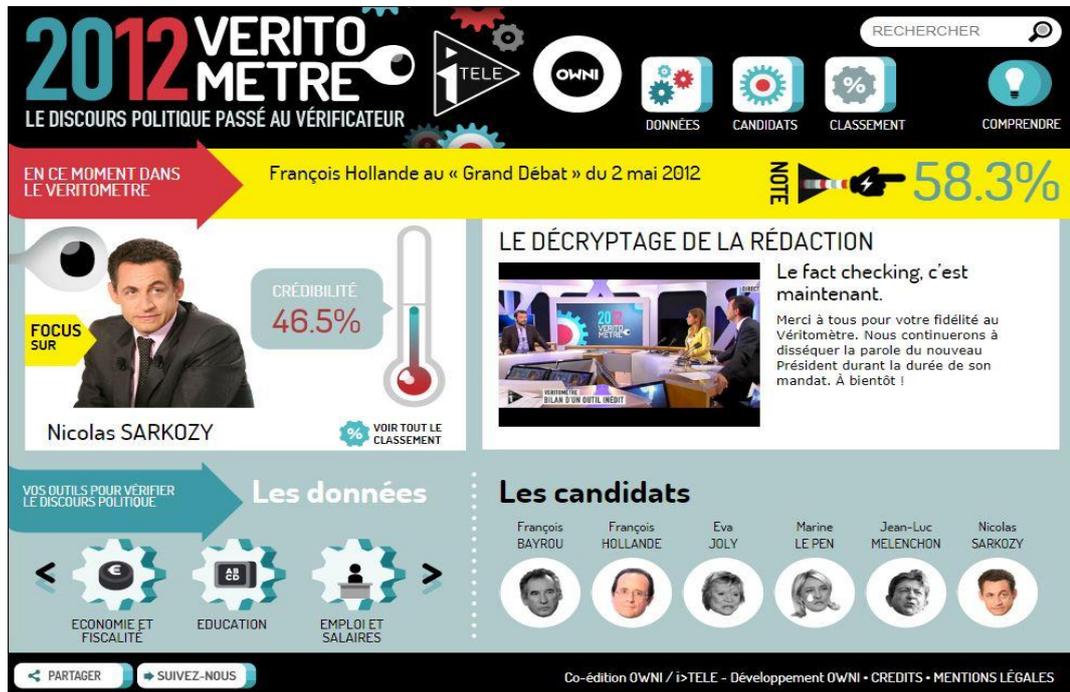
The screenshot shows the 'LUI PRESIDENT' website interface. At the top, there is a navigation bar with 'À propos', 'Sources', and 'Contact'. Below this is a search bar and a menu with categories like 'Toutes les promesses', 'Les 60 engagements', and 'Engagements oraux'. The main content area features a pink header for the promise: 'Instaurer une modulation de la fiscalité locale des entreprises en fonction des investissements réalisés'. The text below the header states that the candidate Hollande promised to orient financing and tax relief towards companies investing in France. A 'PROMESSE BRISÉE' (Broken Promise) icon with a red 'X' is displayed, indicating that the promise was not fulfilled. The text explains that an amendment to modulate aid based on investments was rejected in 2014. It also notes that while the government implemented measures like the CICE and corporate tax reduction, they did not specifically target investing companies. A 'EN RETARD' (Delayed) icon with a clock is shown, indicating the promise was not implemented by the deadline of August 2, 2012. A 'Partager 0' (Share 0) button is visible. At the bottom, there is a 'Commentaires' (Comments) section with 0 comments and a 'Promesses similaires Hollande' (Similar promises by Hollande) section listing other broken promises like 'Modulation de l'impôt sur les sociétés en fonction de la taille de l'entreprise' and 'Pénaliser les délocalisations'.

Lui Président, les promesses de François Hollande passées au crible.

Disponible sur :

<http://www.luipresident.fr/francois-hollande/engagement/modulation-fiscalite-des-entreprises-en-fonction-des-investissements-16> (page consultée le 16 octobre 2017).

LE CONTRÔLE DES CHIFFRES



Le Veritomètre Owni / i>Télé. Disponible sur :

<https://web.archive.org/web/20130116040641/http://itele.owni.fr/>

(page consultée le le 16 octobre 2017).

LE RELEVÉ D'OCCURRENCES

Vigie2012.eu

L'Europe dans la campagne

[Contact](#) [Qui sommes-nous ?](#) [Concept](#)

[S'abonner aux newsletters et alertes Vigie 2012](#)

Candidats Vrai ou Faux ? Qui en parle le plus ? L'oeil de la vigie Medias A la TV Dans les quotidiens

Catégorie	Valeur
Télévision	4 400 000
Radio	2 438 500
Web	490 054
Agences	180 000
Papier	495 250
Direct	30 000
Indirect	-
Non mesurable	-

L'OEIL DE LA VIGIE

Vigie 2012 - Le Bilan

Mardi 11 Septembre 2012

Austérité et votes se conjuguent en Europe

Dernier édito :

- Hollande, Europe et Allemagne : les trois tags de la semaine
- Vote sanction contre l'austérité en Europe
- Loin des yeux, mais près de la crise

[Lire la suite](#) Jeudi 10 Mai 2012 209

Le thème du chômage en Europe marque la fin de campagne

Chômage et croissance, les deux thèmes de la semaine

Bouche cousue de fin de semaine oblige

[Lire la suite](#) Mercredi 9 Mai 2012 185

L'Europe attentive au choix des Français

Les réactions au premier tour de la présidentielle en Europe

La montée des extrême droites en Europe

La notion de croissance chez Hollande et la BCE, deux écoles ?

Résumé statistique à jour

CANDIDATS	En parle le plus	En parle le moins
	François Hollande 9,98% du temps de parole sur l'Europe	Nicolas Sarkozy 9,04% du temps de parole sur l'Europe
	Le plus de "vrais" François Hollande 8 déclarations vérifiées	Le plus de "faux" Nicolas Sarkozy 8 contre-vérités révélées
MEDIAS	TV France 2 521mn de temps total d'antenne	Grand quotidien Les Echos 29,9% des articles sur l'Europe

Chaîne Youtube de Vigie 2012

Retrouvez la chaîne Youtube de Vigie 2012 avec des vidéos micro-trottoir.

[Chaîne Youtube Vigie 2012](#)

Etude Vigie 2012 - Spécial 1er tour

À la veille du 1er tour, retrouvez le le bilan Vigie 2012 de l'Europe dans la campagne.

[Bilan à télécharger](#)

Vigie 2012 fait du live factchecking pour TF1

Tous les lundis jusqu'à l'élection présidentielle, l'équipe de Vigie 2012 collabore à l'émission "Parole de candidat" sur TF1 et scrute en direct les interventions des candidats invités sur le plateau. Après Marine Le Pen et Jean-luc Mélenchon, Nicolas Sarkozy sera invité le lundi 12 mars prochain.

[Pour en savoir plus et commenter l'émission en direct avec Vigie 2012, cliquez ici](#)

Une Vigie européenne... pour quoi faire ?

Pendant ces neuf mois de discours, de débats et de prises de paroles, les candidats vont s'exprimer, dire tout et son contraire. Le rôle de

Vigie 2012. Disponible sur :

<https://web.archive.org/web/20170304063227/http://www.vigie2012.eu/>

(page consultée le le 16 octobre 2017).

L'AUTHENTIFICATION

France 24 LES OBSERVATEURS Filmer, Témoigner, Vérifier

INTOX

2.2K

Un requin, des avions sous les eaux, et Barack Obama qui sert des repas... toutes ces photos n'ont rien à voir avec les inondations à Houston.

INTOX / ETATS-UNIS - 29/08/2017

Flot de fausses images des inondations au Texas

EXTRAITS
UNIQUEMENT

C'est l'une des images les plus retweetée sur le hashtag #HurricaneHarvey avec 60 000 partages : [un requin nageant sur l'autoroute de Houston](#).

Dans la vidéo ci-dessous, nous vous expliquons d'où vient la photo et comment vous pouvez mener votre enquête sur cette photo en quelques clics.

Comment vérifier cette image de req...
Publié par Les Observateurs - France ...
57 702 vues

Les images des inondations à Houston au Texas sont parfois très impressionnantes... mais comment faire pour les vérifier ? Voici un exemple avec cette photo de requin assez incroyable... mais... 🤔

👍 39 🗨️ 1 ➡️ 25

L'auteur du tweet s'est depuis justifié, assurant qu'il savait qu'il s'agissait d'une fausse image. S'il n'a toujours pas supprimé son tweet, il a depuis publié un long article [sur son blog](#) pour expliquer ce dont il dit d'être rendu compte avec cette expérience : selon lui, ce type d'images, qu'il décrit comme "du chewing-gum pour le cerveau" peut être bien plus dangereuse lorsqu'elle est utilisée par des groupes malintentionnées, notamment d'extrême-droite, "pour influencer idéologiquement les internautes".

Les secours empêchés de rejoindre Houston par des militants afro-américains ?

« Intox », « Les Observateurs », *France 24*. Disponible sur : <http://observers.france24.com/fr/20170829-intox-houston-fake-inondations-requin-autoroute-aeroport-obama> (page consultée le 16 octobre 2017).

L'HISTORIQUE

LES DÉCODEURS Datavisualisation Vérification Nanographix Contexte Evasion fiscale

Contrôle des chômeurs : la volte-face des socialistes

Le ministre du travail demande un renforcement du contrôle des chômeurs. A l'opposé des positions défendues par le PS ces dernières années.

Le Monde.fr | 02.09.2014 à 15h10 - Mis à jour le 03.09.2014 à 10h54 |
Par Morgane Tual

Abonnez vous à partir de 1 € Réagir Ajouter Partager (2 761) Tweeter



Le ministre du travail, François Rebsamen, souhaiterait intensifier le contrôle des

François Rebsamen a déclaré sur iTélé avoir demandé à Pôle emploi de « renforcer les contrôles » pour s'assurer que les chômeurs « cherchent bien un emploi ». Une position surprenante de la part d'un ministre socialiste, puisqu'avant l'arrivée de ceux-ci au gouvernement, ils s'étaient toujours vivement opposés au contrôle des chômeurs.

Lire aussi : Pôle emploi va généraliser le contrôle des chômeurs

2012 : « Particulièrement choquant »

En février 2012, quelques mois avant l'élection présidentielle, la proposition de Nicolas Sarkozy de lancer un référendum sur le contrôle des chômeurs avait provoqué un vif émoi chez les socialistes. Dans un communiqué, le PS évoquait un « coup » de Nicolas Sarkozy « particulièrement choquant » :

**EXTRAITS
UNIQUEMENT**

« Choquant bien sûr, parce qu'au lieu d'apporter des solutions, il préfère mettre en scène la culpabilisation de ceux qui subissent ses erreurs politiques, pour mieux s'en dédouaner. Qui peut croire pourtant, que les 6,2 millions de Français qui s'inscrivent chaque année à Pôle emploi le font par plaisir ou par paresse ? »

Le PS accusait aussi le gouvernement de feindre « grossièrement d'ignorer qu'il existe déjà des obligations drastiques et graduées qui pèsent sur les demandeurs d'emplois aujourd'hui. »

2008 : « Régression sociale »

Quelques années plus tôt, en 2008, le PS avait également vigoureusement critiqué le texte de loi sur le contrôle des chômeurs, présenté par Laurent Wauquiez. Bruno Le Roux, député socialiste et actuel président du groupe socialiste à l'Assemblée, avait alors condamné une « régression sociale qui choisit la suspicion plutôt que d'appuyer pour les chômeurs des politiques de recherche d'emploi ».

2005 : « Un véritable harcèlement »

En 2005, le PS avait de la même manière vivement critiqué un décret permettant de croiser les dossiers fiscaux des chômeurs en cas de soupçon de fraude. Cette mesure revenait, pour les socialistes, « à encourager un véritable harcèlement des demandeurs d'emploi ».

« Le gouvernement confirme que pour lui, la lutte contre le chômage est d'abord une lutte contre les chômeurs ».

« Les Décodeurs », *Le Monde*. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/09/02/contrôle-des-chômeurs-la-volte-face-des-socialistes_4480457_4355770.html (page consultée le 16 octobre 2017).

LE « PÉDAGO »

LES DÉCODEURS
VENONS-EN AUX FAITS

LES DÉCODEURS | Datavisualisation | Vérification | Nanographix | Contexte | Evasion fiscale | Le blog du Décodex

Six chiffres clés sur le mal-logement en France

Logements sans eau, personnes contraintes de revenir vivre au domicile parental, bidonvilles... La Fondation Abbé Pierre dénonce une aggravation du mal-logement pour les classes populaires.

Le Monde.fr | 28.01.2016 à 12h53 - Mis à jour le 28.01.2016 à 14h22 | Par Alexandre Pouchard et Romain Geoffroy

Abonnez vous à partir de 1 € | Réagir | Ajouter | Partager (924) | Tweeter



La Fondation Abbé-Pierre a dévoilé jeudi 28 janvier son 21^e rapport annuel sur l'état du mal-logement en France. Elle dénonce une « aggravation » pour les classes populaires des difficultés de logement et pointe les conditions sanitaires toujours précaires pour des millions de Français et une hausse des personnes sans domicile.

Lire aussi La France « malade du mal-logement », pour la Fondation Abbé Pierre

- **3,8 millions de mal-logés**

Près de 900 000 personnes sont privées de logement personnel, selon la Fondation. Parmi elles, 141 500 sont sans domicile et 85 000 vivent dans des habitations de fortune.

**EXTRAITS
UNIQUEMENT**

Près de 2,9 millions de personnes vivent dans des conditions de logement « très difficiles » (privation de confort, surpeuplement « accentué »).

- **1 % des logements sans eau courante, douche ni WC**

En 2013, 204 000 logements en France ne disposaient pas d'eau courante, d'une installation sanitaire – baignoire ou douche – ou de WC intérieurs. Plus d'1,9 million de logements « étaient dépourvus de chauffage central en 2013.



► Evolution du confort sanitaire des logements depuis 1984

SOURCE : INSEE

- **55 % du revenu consacré au logement**

Les ménages les plus pauvres (1^{er} décile de la population) consacrent plus de la moitié de leur revenu à leur logement, contre 17,4 % en moyenne chez les Français, et 12,5 % pour les plus aisés.

Les 10 % les plus pauvres (1^{er} décile) ayant un revenu mensuel moyen de 678 euros selon l'Insee, le logement leur coûte ainsi 379 euros en moyenne par mois, ne laissant que 299 euros pour tout le reste.

- **582 bidonvilles**

Fin 2015, 17 929 personnes vivaient dans l'un des 582 bidonvilles référencés en

LES DÉCODEURS

Posez vos questions aux Décodex

Martine
Agente d'assurances
Licenciée Assurance

Comprendre la réforme du code du travail en patates

L'efficacité des vaccins en onze maladies

Normandie désolée

Le Décodex évolue pour mieux vous aider à identifier les informations trompeuses

Contenus sponsorisés

« Les Décodex », *Le Monde*. Disponible sur : <https://tinyurl.com/h7lza93> (page consultée le 16 octobre 2017).

Index

A

À l'épreuve des faits · 158
agenda · 20, 268, 273, 440, 443
Alexandre Pouchard · 166, 172, 225, 237, 290, 297
Alexios Mantzarlis · 162
Antoine Krempf · 146, 173, 229, 279, 286, 294,
298, 305, 331, 387
Antonin Lhôte · 226
Assises du Journalisme · 366, 386, 392, 394, 504

B

Bangumi · 293
Baptiste Bouthier · 166, 172, 216, 224, 239, 240,
246, 257, 261, 270, 291, 295, 304, 317
Bureau de vérification · 145

C

Cédric Mathiot · 139, 141, 172, 213, 219, 226, 239,
280, 287, 291, 295, 302, 316, 317
Clément Parrot · 170, 173, 216, 225, 371
Connivence · 207
Contexte · 28, 160, 164
Contrôle Technique · 156, 472
Corentin Dautreppe · 170, 225, 239, 262, 301
CrossCheck · 165, 171, 313, 351, 379, 380, 381,
391, 469
Cyprien Cini · 149, 173, 286, 294, 301, 304, 307

D

Damien Brunon · 173, 216, 226, 293
Décodeurs · 15, 27, 86, 135, 142, 143, 144, 153,
166, 171, 172, 201, 210, 213, 217, 222, 223,
225, 227, 244, 256, 264, 280, 284, 285, 290,
305, 307, 309, 313, 316, 318, 319, 336, 342,
347, 350, 370, 371, 375, 382, 392, 399, 400,
449, 453, 454, 457, 460, 470, 507, 508
Désintox · 15, 17, 27, 135, 139, 140, 141, 142, 166,
171, 172, 213, 216, 222, 223, 224, 226, 230,
232, 235, 239, 240, 246, 247, 248, 257, 270,
280, 286, 287, 295, 307, 313, 316, 317, 319,
330, 336, 345, 346, 350, 355, 382, 402, 471,
509
Détecteur de mensonges · 155, 225

E

effets · 61, 107, 191, 228, 232, 346, 357, 358, 359,
360, 362, 365, 385, 413, 421, 425, 452
EPJT · 24, 233, 372
Estelle Cognacq · 199, 389
Étienne Carbonnier · 293
Europe 1 · 15, 22, 27, 83, 146, 148, 149, 162, 166,
171, 173, 201, 209, 213, 224, 229, 242, 245,
262, 269, 278, 279, 286, 288, 292, 296, 305,
307, 315, 319, 321, 323, 324, 328, 330, 331,
335, 336, 342, 387, 388, 469, 489, 492

F

Facebook · 69, 79, 122, 123, 142, 154, 223, 351, 376, 377, 379, 381, 383, 391, 401, 402, 404, 412, 425, 455, 458, 459, 509

Fact Checker · 111, 112, 115, 135, 156, 164, 218, 220, 277, 374, 452

Facta Media · 28, 158, 164, 382

FactCheck · 109, 110, 113, 115, 135, 164, 218, 241, 276, 284, 304, 329, 350, 351, 374

FactCheckEU · 161, 162, 164, 375

Factoscope · 372, 471

Factwatchers · 161, 164, 375, 469

fake news · 197, 313, 329, 352, 364, 376, 393, 396, 401, 412, 451, 460, 509

format · 232, 237, 238

France 2 · 27, 47, 149, 151, 162, 171, 173, 216, 226, 242, 269, 284, 287, 288, 292, 293, 298, 305, 306, 307, 309, 312, 321, 324, 328, 335, 336, 343, 344, 371, 463, 469

France 24 · 153, 154, 378, 382

France 5 · 91, 138, 151, 152, 183, 469

France Info · 15, 22, 27, 81, 145, 146, 147, 149, 151, 154, 162, 171, 173, 199, 215, 225, 229, 243, 269, 286, 288, 294, 298, 305, 307, 315, 319, 321, 322, 323, 324, 328, 331, 335, 336, 340, 341, 342, 378, 382, 387, 388, 389, 393, 421, 461, 462, 470

G

genre · 1, 9, 15, 17, 22, 23, 24, 28, 117, 134, 170, 176, 179, 181, 205, 218, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 245, 246, 250, 254, 262, 263, 271, 284, 297, 302, 324, 345, 348, 355, 409, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 424, 487, 530

Gérald Roux · 173, 226, 245, 322

Google · 60, 69, 80, 123, 269, 290, 299, 313, 351, 368, 369, 376, 379, 381, 391, 412, 425, 442, 451, 453

Guillaume Launay · 141, 172, 270, 286, 296

H

Hervé Brusini · 212, 262, 279

Hugo Plagnard · 173, 226, 287, 305

hypertexte · 122

hypertextualité · 336

I

i>Télé · 47, 156, 160, 164, 214, 215, 267

IFCN · 162, 340, 341, 369, 377, 378, 399, 452, 477, 511

infomédiaires · 69, 191, 206, 383, 404

J

JDD · 155, 173, 225, 297, 470

Jean-Christophe Boulanger · 160, 238, 242

Jean-Philippe Balasse · 149, 166, 173, 213, 224, 240, 245, 262, 269, 278, 286, 292, 297, 305, 330, 371

K

Kim Biegatch · 173, 213, 229, 286, 292, 387

L

L'Instant Détox · 154

l'International Fact-Checking Network · 119, 162, 340, 369, 377, 391, 399, 418, 425

L'Obs · 73, 155, 156, 162, 201, 471

L'Œil du 20 Heures · 27, 149, 151, 171, 216, 226,
284, 287, 293, 305, 306, 307, 309, 312, 319,
325, 334

La Croix · 18, 183, 184, 186, 201, 203, 448, 453

label · 123, 217, 225, 230, 241, 397, 398

Laurent Guimier · 149, 173, 199, 213, 215, 225,
243, 292, 297, 321, 371, 388, 390, 393

LCI · 47, 54, 73, 157, 158, 162, 324

Le bureau de vérif' · 151

Le Monde · 15, 27, 35, 63, 76, 90, 95, 96, 135, 142,
143, 162, 199, 221, 224, 242, 260, 307, 309,
312, 315, 317, 318, 319, 321, 323, 324, 329,
330, 335, 340, 342, 343, 370, 378, 399, 400,
401, 402, 449, 452, 454, 455, 457, 458, 459,
462, 463, 465, 467, 470

Le Parisien · 145, 158, 470

Le Véritomètre · 156, 157, 214, 471

Le Vrai du Faux · 15, 27, 145, 146, 147, 148, 149,
173, 209, 226, 294, 307, 331, 382, 470

Le Vrai-Faux de l'Info · 27, 146, 149, 173, 213, 224,
269, 307, 319, 321, 330, 469, 489

Le Vrai-Faux des Échos · 27, 145, 307, 470

Les Échos · 27, 145, 307, 308, 315, 319, 324, 335,
348, 470

Les Observateurs · 153, 154, 382, 470

Les Pinocchios de l'Obs · 156, 471

Les Vérificateurs · 151, 225

Libération · 15, 17, 22, 27, 35, 68, 76, 129, 139,
140, 142, 162, 172, 201, 213, 216, 218, 221,
222, 223, 224, 230, 232, 235, 237, 239, 240,
246, 261, 270, 272, 286, 287, 288, 291, 296,
304, 307, 315, 316, 319, 321, 323, 324, 330,
335, 340, 342, 343, 344, 345, 346, 378, 382,
461, 463, 464, 465, 467, 471

M

Maxime Laurent · 173, 286, 292, 296

Maxime Vaudano · 166, 172, 217, 227, 302

Mediapart · 21, 63, 72, 75, 386, 387, 390, 457

N

Nabil Wakim · 86, 142, 172, 210, 212, 237, 371,
375

Nicolas Chapuis · 209, 225, 244, 270, 284

Nicolas Iommi · 173, 229, 239, 298, 371

Nouvelles écritures · 91

O

Owni · 28, 84, 87, 156, 157, 160, 164, 214, 267,
280, 452, 461, 471

P

Philippe Onillon · 210, 242, 274

Politifact · 112, 113, 114, 115, 118, 120, 164, 276,
277, 284, 329, 350, 366, 368, 450

post-vérité · 122, 186, 205, 260, 399, 454, 455

R

RTL · 27, 141, 149, 173, 201, 286, 288, 294, 301,
304, 307, 308, 309, 319, 321, 323, 324, 328,
336, 343, 348, 461, 471

rubrique · 17, 27, 111, 135, 138, 139, 140, 141,
142, 144, 145, 147, 148, 149, 150, 151, 153,
155, 156, 158, 160, 173, 213, 214, 216, 219,
223, 225, 230, 232, 233, 236, 237, 239, 241,
242, 243, 246, 248, 249, 252, 262, 270, 271,
287, 290, 292, 295, 306, 307, 308, 316, 317,
319, 328, 330, 345, 346, 351, 399, 420, 485,
486, 509

Rue 89 · 63, 91, 192

S

Samuel Laurent · 135, 142, 166, 172, 201, 213,
229, 238, 255, 256, 285, 305, 309

sources · 15, 18, 21, 22, 23, 27, 36, 40, 41, 43, 45,
49, 54, 55, 57, 59, 60, 61, 62, 83, 84, 85, 86, 99,
101, 124, 129, 133, 142, 146, 161, 172, 194,
204, 205, 207, 211, 213, 215, 217, 240, 246,
257, 261, 273, 275, 276, 277, 279, 289, 290,
291, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303,
304, 306, 320, 323, 335, 336, 340, 341, 347,
364, 369, 373, 388, 391, 396, 399, 400, 414,
415, 418, 420, 423, 430, 440, 445, 485, 486,
499, 500, 501, 503, 505, 506, 508, 509

Spinsanity · 107, 108, 284, 373, 451

SR · 74, 103, 227

Stéphane Soumier · 256, 259, 452

Sylvain Lapoix · 214, 255, 267, 280

T

Théophraste Renaudot · 5, 125, 126, 441

Thomas Guénolé · 209, 215

Time · 17, 97, 98, 99, 102, 103, 104, 119, 134, 220,
349, 452

V

Vérité Politique · 153, 161, 164, 375, 472

Vigie 2012 · 28, 160, 164, 242, 375, 472

Vivien Vergnaud · 173, 214, 215, 227, 302

W

Washington Post · 95, 96, 106, 110, 111, 112, 118,
119, 122, 135, 139, 156, 164, 208, 218, 220,
241, 252, 366, 367, 448, 452

L'essor du fact-checking : de l'émergence d'un genre journalistique au questionnement sur les pratiques professionnelles

De plus en plus de médias dans le monde disposent de rubriques ou chroniques dédiées au fact-checking. Elles visent notamment à vérifier la véracité de propos tenus par des responsables politiques. Cette pratique revisite celle née aux États-Unis dans les années 1920, qui consistait à vérifier de manière exhaustive et systématique les contenus *avant* parution. Ce fact-checking « moderne » incarne une stratégie des rédactions web – en dépit des crises structurelles et conjoncturelles – pour renouer avec la diffusion de contenus mieux vérifiés, ainsi que leur capacité à mettre à profit les outils numériques qui facilitent l'accès à l'information. À travers une trentaine d'entretiens semi-directifs avec des fact-checkeurs français et l'étude de 300 articles et chroniques issus de sept médias différents, ce travail de recherche analyse dans quelle mesure le fact-checking, en tant que genre journalistique, valorise une démarche crédible, mais révèle aussi, en creux, des manquements dans les pratiques professionnelles. Il examine, enfin, comment la promotion de contenus plus qualitatifs et l'éducation aux médias sont de nature à placer le fact-checking au cœur des stratégies éditoriales, destinées à regagner la confiance des publics.

Descripteurs : journalisme, fact-checking, vérification, politique, fausses informations, fake news, rumeurs, Désintox Libération, Les Décodeurs Le Monde, CrossCheck, First Draft News, Facebook, International Fact-Checking Network (IFCN)

The rise of fact-checking: from the emergence of a journalistic genre to questioning professional practices

A growing number of newsrooms around the world have established fact-checking headings or rubrics. They are dedicated to assess the veracity of claims, especially by politicians. This practice revisits an older fact-checking practice, born in the United States in the 1920's and based on an exhaustive and systematic checking of magazines' contents before publishing. The 'modern' version of fact-checking embodies both the willingness of online newsrooms to restore verified contents—despite the structural and economic crisis of the press—and their ability to capitalize on digital tools which enhance access to information. Through some thirty semi-structured interviews with French fact-checkers and the study of a sample of 300 articles and chronicles from seven media, this PhD thesis examines the extent to which fact-checking, as a journalistic genre, certainly valorizes a credible method, but also—and indirectly—reveals shortcomings in professional practices. Finally, it discusses how the promotion of more qualitative content, as well as media literacy, could place fact-checking at the heart of editorial strategies—the latter aiming at retrieving trust from the audience.

Keywords: journalism, fact-checking, verification, politics, fake news, rumors, debunking, French journalism, Désintox Libération, Les Décodeurs Le Monde, CrossCheck, First Draft News, Facebook, International Fact Checking Network (IFCN).