

Sur le journalisme – About Journalism – Sobre jornalismo

Revue scientifique internationale

<http://surlejournalisme.com/rev>

Appel à publication

Date de publication de l'appel : 15 septembre 2018

Date finale de réception des articles : 15 février 2019

Médias sociaux, désinformation et journalisme en campagne électorale

Coordonnateurs de ce numéro :

Anaïs Theviot (Université Catholique de l'Ouest, ARENES, France)

Colette Brin (Université Laval, Canada)

Hélder Prior (Universidade Autónoma de Lisboa, LabCom – Universidade da Beira Interior,
Portugal)

La désinformation n'est pas un phénomène nouveau. Dès l'avènement des médias de masse, voire les débuts de la presse elle-même (Conboy, 2004), la circulation de rumeurs ou d'informations erronées à des fins politiques (Aldrin, 2005 ; Taïeb, 2005), commerciales ou tout simplement malveillantes a suscité des inquiétudes (Froissart, 2002). Mais de l'avis de nombreux observateurs, l'environnement numérique semble favoriser l'accélération et l'amplification des informations erronées, des idées complotistes, de la propagande et de la pseudoscience, ainsi que la constitution de groupes, de communautés (Sustein, 2012) et de réseaux voués (du moins en partie) à la diffusion de ces contenus. Le débat contemporain s'est ainsi enflammé à la suite du Brexit¹ et de l'élection de Trump en 2016 : les élections sont en effet des périodes particulièrement propices à la multiplication des « fausses nouvelles » (Bloch, 1999). En Amérique latine, les élections de 2018 au Mexique, au Brésil et en Colombie apparaissent comme un moment privilégié pour étudier les effets de la désinformation. Dans le cas brésilien, ces menaces sont d'autant plus inquiétantes que la forte polarisation politique issue des élections de 2014 a inondé les réseaux sociaux de sites idéologiquement biaisés, sites pouvant être déterminants dans la contamination de l'information politique circulant sur Internet, influençant ainsi les batailles électorales.

¹ Le 12 juillet 2016, quelques jours après le vote du Brexit, la rédactrice en chef du *Guardian*, Katharine Viner publie un article intitulé « How technology disrupted the news » dans lequel elle accuse Facebook d'être en partie responsable du succès de ces « fausses nouvelles » qui perturbent le jugement des électeurs.

« Le Pape soutient Trump » ; « Macron refuse de donner la main aux ouvriers » ; « Les réfugiés coûtent plus cher au Canada que les retraités » ; « 94% des Brésiliens supportent une intervention militaire dans le gouvernement ». Autant de fausses informations qui ont été partagées des milliers, voire des millions de fois sur les réseaux sociaux et qui ont pu, parfois, peser dans les choix électoraux. Dans certains cas, le résultat du vote a déjoué les pronostics des sondeurs et autres observateurs experts. Après l'élection de Donald Trump le 8 novembre 2016, la polémique autour des *fake news* s'intensifie. À tel point que Facebook, pointé du doigt, modifie sa politique commerciale² afin de faire taire ses critiques et entame des démarches afin de réduire la circulation de fausses informations sur le réseau. Ainsi, en janvier 2018, Facebook est allé jusqu'à modifier son fameux algorithme afin notamment de réduire la visibilité des contenus commerciaux et de privilégier les contenus partagés par les gens « de confiance » dans le fil d'actualité des usagers. Ce réseau social a aussi réalisé des accords avec des agences de fact-checking dans 14 pays, y compris au Brésil, dans le but de diminuer les contenus suspects³. Les acteurs politiques s'emparent eux aussi du débat autour de la montée en puissance de ces rumeurs en ligne, comme en attestent les récentes prises de position du président français Emmanuel Macron et des propositions de loi controversées contre « la manipulation de l'information » en campagne électorale.

La circulation de fausses informations en ligne préoccupe d'autant plus que les jeunes utilisent assez peu les médias dits traditionnels pour s'informer et que l'ensemble des usagers se tournent de plus en plus vers des sources numériques. Dans une enquête réalisée dans 36 pays en 2017, le tiers des jeunes de 18-24 ans disaient s'informer principalement via les médias sociaux, 64% par des sources numériques en général (Reuters Institute Digital News Report 2017, p. 11). En mars 2016, une enquête du Pew Research Center place les réseaux sociaux au même niveau que les sites d'information dans les pratiques d'information (35 et 36 %), auxquels s'ajoutent les moteurs de recherche pour 20 %⁴. Toutefois, selon une étude plus récente, l'utilisation des médias sociaux et surtout de Facebook à des fins d'information serait en baisse, surtout chez les jeunes aux Etats-Unis (Reuters Institute Digital News Report 2018, p. 10). Il est possible que cette diminution soit attribuable à la controverse entourant les « fake news », aux changements apportés à l'algorithme de Facebook peu avant l'enquête, ou à une combinaison de ces deux facteurs.

La montée en puissance de ces fausses informations interroge sur leurs modalités de circulation. Le succès des fausses informations ne signifie pas que tous ceux qui les propagent en sont dupes : en effet, il n'est pas nécessaire d'être convaincu de la véracité d'un message pour le partager. Mais cela témoigne malgré tout d'un certain rapport à la réalité ou à tout le moins à une réalité possible. Paul Veyne (1983) nous invite à penser que notre rapport à un récit n'est pas limité à l'alternative binaire croire/ne pas croire et qu'il subsiste toujours un régime pluriel du croire (le croire possible, le croire probable, la suspension momentanée de l'examen critique, le doute diffus...).

Face à ces mutations, quel est le rôle des journalistes pour contrer la circulation massive de fausses informations ? Les conditions sont-elles propices à redonner une place centrale à la

² « Facebook accusé d'avoir fait le jeu de Donald Trump », *Le Monde*, 16 novembre 2016. http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/11/16/facebook-accuse-d-avoir-fait-le-jeu-de-donald-trump_5031937_4408996.html

³ <https://www.cartacapital.com.br/politica/como-combater-a-influencia-de-bots-e-fake-news-nas-eleicoes>

mission démocratique du journalisme professionnel et à lui permettre de redorer son image ? De nouvelles pratiques journalistiques contribuent-elles à lutter contre ces fausses informations et leur propagation ? Le *fact-checking* (Graves, 2016 ; Bigot et Nicey, 2017), comme pratique professionnelle « exemplaire », serait-il susceptible de redonner crédit à l'information journalistique, et confiance dans les médias ? Quelles sont les limites du *fact-checking* effectué par les organes de presse ? La lutte contre les fausses informations se réduit-elle aux pratiques de *fact-checking* ?

En France, la première Charte des journalistes (1918, remaniée en 1938 puis en 2011) considérait « la calomnie, les accusations sans preuves, l'altération des documents, la déformation des faits, le mensonge pour les plus graves fautes professionnelles ». Clairement, le journaliste devait se préserver de rapporter des affirmations sans les avoir vérifiées et de colporter des rumeurs. La professionnalisation du journalisme — création d'écoles, de diplômes, d'organisations professionnelles, d'un système de cartes (Delporte, 1995 ; Ferenczi, 1996 ; Chupin, 2008 ; Ruellan, 2015) — a entériné ces grands principes éthiques du métier. La rumeur est alors souvent comparée à un « marché noir » de l'information (Kapferer, 2010). La professionnalisation du journalisme a tenté d'imposer un cadre aux pratiques, mais la multiplication des amateurs de l'information ou du « tous journalistes » (Tredan, 2007 ; Aubert, 2009 ; Mathien, 2010) semble avoir mis à mal les règles posées. En effet, en l'espace de quelques années, les professionnels agréés de l'information ont perdu leur monopole de *gatekeepers* de l'espace public et des *mass media* (Antheaume, 2013). La confusion des rôles est manifeste et tout internaute peut semble-t-il s'improviser journaliste et être à l'origine d'articles, au travers de billets de blogs (Tredan, 2010) ou de simples *posts* sur Facebook. La crise financière que vivent les médias d'information, ainsi que la pression à l'instantanéité à l'ère des médias sociaux contribuent aussi à la prolifération des opinions, des approximations et autres informations non vérifiées.

Ce numéro vise à questionner le rôle des journalistes, mais aussi des sources, des publics, des entreprises médiatiques, des instances de régulation, des pouvoirs publics dans la montée en puissance des fausses informations et donc de la désinformation, à la fois dans l'évolution des pratiques professionnelles, mais aussi dans les discours autour de l'industrialisation des rumeurs. Le contexte électoral apparaît comme un moment fort, en raison de l'enjeu du vote et de l'attention plus grande des publics à l'information politique, ainsi que de l'activité qui semble intensifiée de production d'informations trompeuses ou manipulées.

Les propositions d'articles pourront s'inscrire dans l'un ou l'autre des axes suivants :

- Historicité du phénomène de la fausse information et de ses usages politiques
- Enjeux de la/des définition/s de la fausse information
- Analyse des modes de consommation de l'information des publics (jeunes ou pas) en contexte électoral et des effets possibles des fausses informations
- Stratégies, enjeux et régulations des plateformes numériques (GAFA) participant à la circulation en ligne de fausses informations
- Enjeux économiques de la circulation et du contrôle des fausses informations (« économie du clic »)
- Modalités de construction, de circulation et de diffusion des fausses informations

- Modalités de contrôle et de vérification de l'information (règles de déontologie, *fact-checking*, cadre législatif, nouvelles politiques des GAFA)
- Construction discursive et place du mensonge politique dans la rhétorique des acteurs sociaux et professionnels.

Cet appel à contribution invite à une approche interdisciplinaire. Les travaux relevant des sciences de l'information et de la communication, des sciences de gestion, de la sociologie des professions, de la science politique, de l'anthropologie ou encore de l'informatique et/ou proposant une approche croisant ces disciplines sont bienvenus.

Soumission des articles définitifs (de 30.000 à 50.000 caractères, incluant les références et notes de bas de page) **avant le 15 février 2019** à l'adresse suivante : <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/about/submissions>

Les articles peuvent être rédigés en **anglais, français, portugais** ou **espagnol**.

Les articles feront l'objet d'une révision en **double-aveugle**.

La revue *Sur le journalisme – About journalism – Sobre jornalismo* est indexée sur les bases de données académiques suivantes: EBSCO Communication Source collection, [Archive ouverte en Sciences de l'Homme et de la Société \(HAL-SHS\)](#), [DOAJ](#), [EZB \(Elektronische Zeitschriftenbibliothek\)](#), Google Scholar, [Mir@bel](#), [Sudoc](#), [Sumários.Org](#), WorldCat (OCLC). Inscrite sur la liste des revues qualifiantes en France (HCERES). Classement Qualis-CAPES 2013-2016 (Brésil) : B5

Bibliographie sélective :

Philippe Aldrin, *Sociologie politique des rumeurs*, Presses Universitaires de France, 2005.

Alice Antheaume, *Le journalisme numérique*, Les Presses de Science Po, 2013.

Aurélie Aubert, « Le paradoxe du journalisme participatif. Motivations, compétences et engagements des rédacteurs des nouveaux médias (*enquête*) », *Terrains & travaux*, 1, 15, 2009, p. 171-190.

Laurent Bigot et Jérémie Nicey, « Un pour tous, tous pour un : les pratiques de “coalition” des journalistes fact-checkers français durant la campagne présidentielle de 2017 », Communication au colloque « Médias en campagne électorale », UCO Nantes, les 23 et 24 novembre 2017.

Marc Bloch, *Réflexions d'un historien sur les fausses nouvelles de la guerre*, Paris, Allia, 1999 (réédition d'un article paru en 1921 dans la *Revue de Synthèse Historique*).

Ivan Chupin, « Les écoles du journalisme. Les enjeux de la scolarisation d'une profession (1899-2008) », thèse pour le doctorat en Science politique, Université Paris-Dauphine, 2008.

Martin Conboy, *Journalism : A Critical History*. Londres, Sage, 2004.

Christian Delporte, *Histoire du journalisme et des journalistes en France*, Paris, PUF, 1995.

Thomas Ferenczi, *L'invention du journalisme en France. Naissance de la presse moderne à la fin du XIXe siècle*. Paris, Payot, 1996.

Pascal Froissart, *La Rumeur. Histoire et fantasmes*, Belin, 2002.

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

Sarah Harrison Smith, *The Fact Checkers Bible, A Guide to Getting It Right*, New York, Anchor Books, 2004.

François Jost, « Quelle relation au temps nous promet-on à l'ère de l'ubiquité télévisuelle ? », *Télévision*, 6, 1, 2015, p. 101-113

Jean-Noël Kapferer, *Rumeurs. Le plus vieux média du monde*, Seuil, 2010 (1^{ère} éd. 1987)

Camille Laville, *Les transformations du journalisme de 1945 à 2010. Le cas des correspondants étrangers de l'AFP*, De Boeck Supérieur, « Médias-Recherches », 2010.

Benjamin Lemoine, « Chiffrer les programmes politiques lors de la campagne présidentielle 2007 », *Revue française de science politique*, 58, 2008.

Michel Mathien, « "Tous journalistes" ! les professionnels de l'information face à un mythe des nouvelles technologies », *Quaderni*, 72, 2010, p. 113-125.

Reuters Institute Digital News Report, 2017 et 2018.

Denis Ruellan, *Les « Pro » du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*. Presses universitaires de Rennes, 2015.

Cass R. Sunstein, *Anatomie de la rumeur*, Éd. Markus Haller, 2012.

Emmanuel Taïeb, *Rumeurs politiques et régime médiatique : la mort d'Arafat*, *Quaderni*, 58, 2005, p. 5-13.

Olivier Tredan, « Le « journalisme citoyen » en ligne : un public réifié ? », *Hermès, La Revue*, vol. 47, no. 1, 2007, pp. 115-122.

Olivier Tredan, « La construction des mondes sociaux par la pratique de l'auto-publication : retour sur l'expérience de quelques blogueurs », *Communication & langages*, 165, 3, 2010, p. 73-86.

Paul Veyne, *Les Grecs ont-ils cru à leurs mythes ? Essai sur l'imagination constituante*, Paris, Le Seuil, 1992 (1^{re} éd. : 1983).