

## La crédulité des crédules. Débat public et panique morale autour des fake news en France

Ysé Vauchez

*Émulations - Revue de sciences sociales*, 2022, n° 41, « Paniques morales. 50 ans après Stanley Cohen ».

Article disponible à l'adresse suivante

---

[https://ojs.uclouvain.be/index.php/emulations/article/view/paniques\\_morales\\_Vauchez](https://ojs.uclouvain.be/index.php/emulations/article/view/paniques_morales_Vauchez)

Pour citer cet article

---

Ysé Vauchez, « La crédulité des crédules. Débat public et panique morale autour des fake news en France », *Émulations*, n° 41, Mise en ligne le 20 juin 2022.  
DOI : 10.14428/emulations.041.04

Distribution électronique : Université catholique de Louvain (Belgique) : [ojs.uclouvain.be](https://ojs.uclouvain.be)

© Cet article est mis à disposition selon les termes de la Licence *Creative Commons Attribution, Pas d'Utilisation Commerciale 4.0 International*. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Éditeur : Émulations – Revue de sciences sociales / Presses universitaires de Louvain  
<https://ojs.uclouvain.be/index.php/emulations>

ISSN électronique : 1784-5734

# La crédulité des crédules

## Débat public et panique morale autour des *fake news* en France

---

Ysé Vauchez<sup>1</sup>

**[Résumé]** Depuis son apparition au début de l'année 2017, le terme de « fake news » suscite une production relativement constante de discours publics, politiques ou médiatiques à son propos. Leur abondance, ainsi que leur nature parfois alarmiste ou catastrophiste, conduit certains à employer l'expression de « panique morale », ou de « panique médiatique », afin de qualifier ce moment d'inquiétude collective concernant la désinformation en ligne et ses conséquences négatives sur les comportements individuels. Cet article vise donc à interroger et explorer cette application du concept de panique morale à la « crise des *fake news* », à travers l'analyse de corpus des émissions audiovisuelles qui portent sur ce phénomène en France entre 2017 et 2019. Celle-ci revient sur les espaces médiatiques de diffusion, les positions des invités des émissions, et les cadrages thématiques qui y sont développés : définition du phénomène, causes et responsables, conséquences sur les publics. Cette analyse permet ainsi de saisir comment cette séquence médiatique particulière a contribué à façonner le champ des possibles d'une action publique de lutte contre les *fake news*.

**Mots clés :** panique morale, *fake news*, débat public, publics, crédulité populaire.

### ***Credulous folks. Moral Panic and Public Discourse around Fake News in France***

**[Abstract]** Since its first uses in the beginning of 2017, the term “fake news” has been the object of a relatively stable production of public, political or media narratives. Their abundance, as well as their alarmist or catastrophic nature came to justify the use of the expression “moral panic”, or “media panic”, to qualify this moment of collective concern about online misinformation and its negative consequences on individual behaviors. This article aims to interrogate and explore the application of the concept of moral panic to the “fake news crisis” through a corpus analysis of audiovisual broadcasts that focuses on this phenomenon in France between 2017 and 2019. It engages with the media fields of broadcasting, the positions of the guests of the programs, and the thematic framings which are developed there, such as the definition of the phenomenon, the causes and persons to blame, and the consequences on the public. It enables us to make sense of how this particular media sequence contributed to shaping the field of possibilities for public action in the fight against fake news.

**Keywords:** moral panic, fake news, public debate, publics, popular credulity.

À partir de la fin de l'année 2016, la succession de deux événements politiques (la victoire du Leave au référendum sur le Brexit, et celle de Donald Trump à l'élection présidentielle américaine) enclenche une propagation massive d'un néologisme produit par D. Trump lui-même : les *fake news*<sup>2</sup>. Si sa diffusion a pris différentes formes (ouvrages scientifiques, œuvres de littératures fictionnelles, événements scientifiques), c'est dans

---

<sup>1</sup> Université Paris I Panthéon-Sorbonne, CESSP/CRPS, France.

<sup>2</sup> Ce texte s'inscrit dans le cadre d'un travail doctoral sur la constitution des *fake news* comme problème public en France, mené depuis 2018 au CESSP/CRPS.

sa forme médiatique, c'est-à-dire l'existence de productions audiovisuelles ou de presse écrite sur le sujet, que l'ampleur du débat public est la plus mesurable, et la plus parlante. Ainsi, entre le 2 avril 2017 et le 2 avril 2018, 33 documents par jour en moyenne ont été publiés à ce sujet dans la presse française<sup>3</sup>. Du côté de la production audiovisuelle, sur laquelle se penche cette étude, une recherche exhaustive dans les bases de données de l'INA<sup>4</sup> permet de recenser 2190 émissions télévisuelles ou radiophoniques portant sur les *fake news* de décembre 2016 à mai 2019.

Dans cet espace, le terme de *fake news* convoque de multiples définitions, permettant aux intervenants d'évoquer des phénomènes très différents : sont-elles le symptôme du « pire du populisme, tuer toute autorité morale et institutionnelle en racontant n'importe quoi<sup>5</sup> » ? Un « mensonge industriel au service de la propagation de la haine<sup>6</sup> » ? Le « constat d'un défi civilisationnel, d'une crise épistémologique qui affecte notre rapport au savoir<sup>7</sup> » ? Ou tout simplement un phénomène « pire que dangereux, le commencement de la fin de la démocratie, un drame démocratique<sup>8</sup> » ? Ce terme se caractérise par sa polysémie originelle : trivialement défini sur Wikipédia comme « une diffusion délibérée et virale d'informations fausses ou truquées », il a été utilisé à l'origine par D. Trump contre les médias institués, comme CNN ; et très vite repris par ces derniers pour qualifier les assertions du premier. C'est ce double sens originel qui a mené certains acteurs du monde médiatique ou intellectuel à rejeter assez tôt l'usage du terme<sup>9</sup>. Pourtant, il semble aujourd'hui faire l'objet d'autant de définitions que d'usages, tantôt rapproché de la propagande, de la rumeur (Dauphin, 2019), tantôt de la théorie du complot.

## 1. Les *fake news* comme objet scientifique

Le terme fait très tôt l'objet d'une production scientifique. L'essentiel de la recherche sur le phénomène des *fake news* s'est concentré sur un contexte américain (Egelhofer, Lecheler, 2019), et plus précisément autour de la question des élections américaines de 2016 et du potentiel impact de l'interférence russe sur ces dernières. Plus largement, des travaux ont pu être développés dans trois dimensions : la mesure de l'émergence des *fake news* dans les discours publics, l'efficacité des dispositifs développés pour les contrer, et, dans une moindre mesure, l'étude de leurs potentiels effets. Sur ce dernier

<sup>3</sup> 12 265 documents comportant le terme de *fake news* dans le titre et/ou l'introduction : recensement réalisé via la base de données Europresse, toutes périodicités confondues, toutes échelles de diffusion confondues, sur 757 sources francophones de presse.

<sup>4</sup> L'accès et l'exploitation de ces données a été permis par l'activité patrimoniale d'archivage des productions audiovisuelles dont est en charge l'INA, et plus spécifiquement par l'obtention d'un statut de chercheuse associée, permettant l'accès et l'accompagnement aux solutions d'analyse proposées par l'INA, notamment la fouille et la visualisation de corpus Web ou audiovisuels. La collecte a été réalisée le 16 mai 2019, sans poser de limite chronologique de départ en amont.

<sup>5</sup> *L'Info du vrai*, Canal+, 6 décembre 2018.

<sup>6</sup> *7 milliards de voisins*, RFI, 11 juillet 2018.

<sup>7</sup> *Les petits matins*, France Culture, 24 janvier 2018.

<sup>8</sup> *C Politique*, France 5, 29 janvier 2017.

<sup>9</sup> Voir Audureau (2017).

point, les travaux de Hunt Allcott et Matthew Gentzkow (2017) ont fait date en démontrant l'absence d'impact substantiel sur l'issue des élections américaines de 2016. La période de pandémie de Covid-19, et le diagnostic « d'infodémie » porté dès février 2020 par l'OMS, ont évidemment percuté une partie des travaux sur les *fake news* ou les théories du complot, notamment à travers la question de la construction des énoncés scientifiques, des contestations de la science, et plus largement de la fabrique sociale de la vérité en contexte sanitaire<sup>10</sup>.

La question de la définition du phénomène constitue un objet de recherche en soi. Différents travaux académiques ont proposé des typologies de définition du terme *fake news* sur la base d'états de l'art, illustrant l'impressionnante diversité de ses définitions scientifiques (Egelhofer, Lecheler, 2019 ; Fubini, 2017 ; Kapantai *et al.*, 2020 ; Tandoc *et al.*, 2018). Tous s'accordent sur sa polysémie et la confusion constitutive de l'expression, et s'articulent autour de la question de l'accès aux faits dans un monde digital. Si le critère de l'intentionnalité de tromper est retenu comme critère quasi systématique, Alice Fubini propose d'y ajouter la distinction entre information et communication, Edson C. Tandoc *et al.* celle du degré de facticité, et Jana L. Egelhofer et Sophie Lecheler celle de l'imitation du format journalistique. On trouve chez ces derniers une distinction fort heuristique, entre le « genre *fake news* » (*describing the deliberate creation of pseudo journalistic disinformation*) et le « label *fake news* » (*describing the political instrumentalization of the term to delegitimize news media*). Si elle en précise la définition, cette distinction rappelle aussi que la recherche académique s'est largement focalisée sur la *fake news* comme objet informationnel à définir, bien davantage que comme instrument politique « mobilisé dans le cadre de luttes politiques dans le but d'imposer une réalité sociale » (Farkas, Schou, 2018). Les travaux d'Angeliki Monnier (2018a, 2018b) constituent une exception notable, puisqu'ils portent spécifiquement sur la médiation des *fake news* dans les médias français, mais cette approche est fondée sur une analyse qui relève davantage de la linguistique que celle adoptée ici, qui s'inscrit dans une perspective de sociologie des médias. Par ailleurs, différents travaux ont établi le diagnostic d'un certain niveau d'alarmisme ou de disproportion dans les discours relatifs aux *fake news* (Barbe, Doutreix, 2019 ; Cardon, 2019a, 2019b), sans pour autant proposer une démonstration empirique permettant d'objectiver ces tendances hyperboliques.

## 2. Une analyse en termes de panique morale

Nous aimerions ici aborder les *fake news* à travers le concept de panique morale, entendue comme réaction collective d'emballement suscitée à la suite d'un événement bénin (Cohen, 2002 [1972]). Ce concept semble présenter un premier intérêt heuristique : réinscrire la « crise des *fake news* » dans une historicité, dans la continuité des travaux sur les *media panics*. Beaucoup de travaux illustrent l'alarmisme des discours fondés sur une imputation causale entre médias de masse et comportements déviants : on peut

<sup>10</sup> Pour des exemples de travaux récents à ce sujet, voir par exemple (Berriche *et al.*, 2020 ; Jaubert, Dolbeau-Bandin, 2020).

citer ici l'idée selon laquelle les films de gangsters font des gangsters, pendant l'entre-deux-guerres (Rapp, 2002) ; que le lecteur assidu de romans-feuilletons au XIX<sup>e</sup> siècle oublierait ses tâches quotidiennes, et tomberait dans une dangereuse confusion entre réel et fiction (Springhall, 1998) ; et, l'une de ces imputations causales ayant eu le plus grand succès récemment : les jeux vidéo violents expliqueraient les *school shootings* (Ferguson, 2007). Dans quelle mesure cette liste se prolonge-t-elle par l'idée selon laquelle la circulation d'informations trompeuses sur Internet conduirait les internautes les plus vulnérables à des comportements extrêmes ?

À ces travaux s'ajoutent ceux qui ne se sont pas limités à une étude de cas, mais ont développé une théorie générale des *media panics*<sup>11</sup>. L'idée est, en soi, connue : « dans les années qui suivent l'apparition d'un nouveau média de masse, des groupes d'acteurs s'engagent systématiquement et délibérément dans une entreprise de moralisation au nom de la protection de populations vulnérables et de ce qu'ils estiment être le bien de la société » (Wibrin, 2012). Mais il importe ici de dépasser ce constat en mettant en évidence la récurrence d'un « fonds discursif commun » : les mots, les thématiques, les procédés argumentatifs, les rhétoriques et, plus généralement, les différentes moralités (professionnelles, institutionnelles, de sens commun) en compétition autour du cadrage d'un phénomène social. Pour mobiliser ce paradigme, on reprendra ici les trois critères d'une panique morale développés par Anne-Laure Wibrin (2012, reprenant Hewitt, Hall, 1973) afin de proposer des indicateurs formels de cette tendance : formulation de généralisations causales qui dépassent le cas particulier mentionné ; utilisations d'illustrations et d'exemples aidant à établir la validité de l'explication causale ; recherche d'un support dans les valeurs et croyances plus générales.

Malgré ces indicateurs formels, ce concept de panique morale soulève une difficulté épistémologique : s'il est utile pour mettre en lumière un écart entre réalité et mythe, cet écart semble difficile à mesurer dans une perspective constructiviste, puisqu'il « présuppose l'adhésion à une posture épistémologique telle qu'il demeure sensé de distinguer la réalité des représentations ou des revendications » (Chaumont, 2012). Erik Neveu souligne bien la difficulté liée à ce terme, « l'ironie de cet oxymore épistémologique » (2015) : si cette notion permet bien l'analyse de la construction sociale de ce type de discours, elle nous renvoie aussi à la question des affirmations que le sociologue peut ou non produire sur la réalité et la gravité des faits. Cette question est d'autant plus délicate que les *fake news* ne constituent pas un épisode facilement observable et objectivable : il est pour le moins périlleux d'affirmer que l'internaute français, de milieu populaire, non diplômé, croirait ou non la fausse information à laquelle il serait confronté dans sa bulle de filtre<sup>12</sup> sur Facebook. Dès lors, comment objectiver la « disproportion » de la panique sans faire intervenir de jugement de valeur ? Le concept de panique morale offre la possibilité de reconstituer les logiques

<sup>11</sup> À ce propos, voir par exemple (Buckingham, 2010 ; Drotner, 1999 ; Murdock, 1997).

<sup>12</sup> Notion développée par Eli Pariser (2011) qui désigne le filtrage algorithmique des informations parvenant à l'internaute, et l'effet de personnalisation et d'isolement mis en place à son insu qui en résulte.

normatives des acteurs participant à la discussion, mais aussi de replacer cette même discussion dans le contexte des travaux sociologiques permettant d'en éclairer certains points aveugles. La conclusion de Dominique Cardon, pour qui « la panique sur les effets des *fake news* est très largement exagérée » (2019a), est à cet égard sans appel, tout comme les travaux empiriques s'inscrivant dans cette perspective (Berriche, Altay, 2020) qui rappellent que la diffusion de ces contenus ne doit pas être surévaluée : le Web reproduisant globalement les hiérarchies traditionnelles, la popularité numérique reste difficile d'accès pour les acteurs périphériques<sup>13</sup>. Par ailleurs, ils soulignent les inconsistances de la notion de bulle informationnelle : l'exposition sélective – qui existe aussi hors des dispositifs numériques – est en effet associée à une diversification du capital informationnel. Finalement, la mesure précise des effets de ces contenus est impossible : certains discours, comme ceux relatifs aux effets de l'affaire Cambridge Analytica, tiennent donc avant tout du mythe. L'application du concept de panique morale à cet objet, loin de nier le phénomène de désinformation, permet donc de porter le regard sur son retentissement médiatique, sa nature et sa disproportion, tout en rappelant que les effets du phénomène sont vraisemblablement minoritaires par rapport aux descriptions qui en sont faites.

### 3. La construction de l'alarmisme relatif aux *fake news*

En s'appuyant sur le concept de panique morale, il ne s'agira donc pas de statuer sur la réalité du phénomène desdites *fake news*, ou de la potentielle gravité des effets de la désinformation en ligne ; mais bien de dégager les cadrages (*framing*) ayant mené à la constitution de ce qui est appelé une « crise des *fake news* ». En tant que « processus dynamique et circonstanciel de formation de l'opinion dans lequel les modes de présentation prédominants dans la rhétorique des élites et la couverture médiatique façonnent l'opinion de masse » (Iyengar, Scheufele, 2014), le concept de cadrage a permis de développer toute une série d'études sur la relation entre médias et problèmes publics, en précisant leur fonction de mise à l'agenda (McCombs, Shaw, 1972). Ainsi, cette littérature a pu montrer comment certaines sources « officielles » disposant d'un accès privilégié aux médias parviennent à imposer durablement leur cadrage interprétatif des problèmes publics, dans une approche gramscienne (Hall *et al.*, 1979). D'autres travaux plus récents ont, eux, insisté sur le rôle des transformations du champ journalistique dans la production de cadrages médiatiques (Champagne, 2000 ; Marchetti, 1997). L'une des prolongations de la théorie du cadrage la plus pertinente pour notre cas est celle qui, à travers le terme de panoplies interprétatives (Gamson, Modigliani, 1989), souligne que le cadrage n'est pas une manière univoque de présenter les choses, mais un ensemble de schèmes de perceptions et de jugements, un « cadre qui fixe les limites d'un pensable » (Neveu, 1999).

<sup>13</sup> Ces travaux, fondés sur une analyse des liens hypertextes entrants et sortants des sources d'information, sont notamment présentés dans Cardon (2019b).

Ainsi, la pluralité de définitions et de diagnostics sur le sujet des *fake news* n'implique pas de devoir renoncer à l'identification de croyances collectives cristallisées lors de la mise en problème du phénomène, mais simplement de porter le regard sur ce qui, dans ces « panoplies », fait consensus entre les acteurs, et d'identifier quelles sont les variations sur ce même thème. Il s'agit pour nous de chercher à comprendre comment la multiplicité des discours a pu faire naître une idée naturalisée et cristallisée, un message alarmiste et simpliste définissant les *fake news* comme « le commencement de la fin de la démocratie<sup>14</sup> ».

En analysant la nature du cadrage thématique (Iyengar, 1991), au sens de cadrage permettant la mise en lien avec un contexte sociopolitique, qui a été développé et cristallisé dans ce débat public, on constate la réactivation d'une théorie des effets forts, d'un cadrage individualisant et psychologisant, voire de paradigmes tirés de la psychologie des foules attribuant au public des *fake news* des caractéristiques d'émotivité, de crédulité, jusqu'à l'adhésion à des comportements extrêmes ou violents. Ces conceptions de la foule naissent à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, sous la plume d'auteurs qui en présupposent l'unité mentale. Ainsi, l'incapacité de la foule à raisonner, son « esprit faible » (Le Bon, 1983 [1895]), se prolonge par sa disposition à être hypnotisée et assujettie par des meneurs pouvant la conduire jusqu'aux crimes de foule (Sighele, 1891). Les volontés de dénonciation de la propagande du XX<sup>e</sup> siècle (Tchakhotine, 1939) et l'émergence des médias de masse, incarnés par la métaphore de la seringue hypodermique (Lasswell, 1938 [1927]), offriront une seconde vie à ces approches psychosociologisantes, garantissant la pérennité et la rémanence de ces théories des effets directs, et ce, que le terme de foule soit remplacé par celui de public, d'audience, voire même de peuple<sup>15</sup>. Ce déterminisme technologique, prêtant aux médias de masse des effets nécessairement massifs, semble d'ailleurs connaître des résurgences fréquentes dans le débat public contemporain, à chaque nouveauté médiatique. Ainsi Brigitte Le Grignou et Erik Neveu (2012) notent, à propos du documentaire sur le jeu télévisé *Le jeu de la mort*<sup>16</sup>, ce retour d'une « vision misérabiliste de citoyens manipulables et démunis ».

Dans le débat public autour des *fake news*, les ressorts et mécanismes de disproportion propres aux épisodes de panique morale autorisent les acteurs à une réactivation de la théorie des effets forts. L'incapacité des acteurs à définir unanimement le phénomène, masquée par un consensus sur la gravité du problème (I), peut être expliquée par l'une des caractéristiques de ce débat, la difficulté à identifier des *claim-makers* au sens conventionnel (II).

C'est par l'analyse quantitative et qualitative de ce corpus de productions audiovisuelles françaises que nous avons cherché à comprendre dans le détail « l'alarmisme » relatif aux *fake news*. Plusieurs raisons président au choix d'un corpus de productions audiovisuelles plutôt que d'un corpus de presse écrite : tout d'abord, les médias audiovisuels sont dans leur ensemble plus omnibus que les médias de presse écrite, et

<sup>14</sup> *C Politique*, France 5, 29 janvier 2017.

<sup>15</sup> Pour une synthèse, voir Aldrin, Hubé (2017 : chap. 4).

<sup>16</sup> Voir Floréa, Rabatel (2011).



l'hypothèse a donc été faite que c'était là que l'on trouverait les débats publics les plus généralistes. Par ailleurs, la télévision et, dans une moindre mesure, la radio, jouissent en France d'une audience nettement plus large que la presse écrite<sup>17</sup>. Il s'agissait donc de prendre au pied de la lettre l'hypothèse qui sous-tend une grande partie des émissions, selon laquelle le phénomène des *fake news* ferait l'objet d'une préoccupation sociale forte dans l'ensemble de la population. L'analyse a été conduite en deux temps : un traitement quantitatif de l'intégralité du corpus (n=1403 une fois les doublons et émissions sans lien éliminés) ; puis un visionnage exhaustif de 10 % de ce corpus (n=141) sélectionné par tirage au sort. Pour chaque émission ont été relevées quatre familles de variables : le type d'approche et de définition des *fake news* proposé ; les causes et origines identifiées du phénomène ; les conséquences et effets diagnostiqués ; et, enfin, les solutions évoquées ou proposées. Parallèlement a été mis en place un relevé de l'ensemble des acteurs invités ou mobilisés pour participer à cette discussion, leur statut et leur éventuelle participation à un dispositif de lutte contre la désinformation, afin d'intégrer à l'analyse de la trame narrative les intérêts propres de celles et ceux qui la construisent.

#### 4. Une trame narrative récurrente : entre alarmisme et condescendance

En analysant les espaces dans lesquels ce débat public s'est déployé, on en constate une première caractéristique : loin d'être un sujet de société ou d'actualité banal, le phénomène est traité médiatiquement comme un enjeu démocratique à la fois grave et massif. Si les explications et diagnostics fournis par les émissions varient en invoquant à la fois des causes politiques et techniques, un consensus se forme autour de la mise en problème, jusqu'à la désignation d'un coupable idéal : Internet et les réseaux sociaux.

##### 4.1. Les *fake news*, un problème démocratique au cœur du débat public

La constitution d'un corpus d'émissions visant à représenter « ce que l'on dit des *fake news* en tant que "fait de société" dans l'espace médiatique français » a impliqué plusieurs choix méthodologiques *a priori*. Tout d'abord, il s'agissait d'identifier la temporalité précise de ce débat public, depuis l'importation du terme jusqu'aux événements collectifs nationaux ayant entretenu la controverse. Pour ce faire, il était important de ne pas fixer de borne chronologique de début, et d'opter pour la collecte la plus exhaustive possible<sup>18</sup>. La première occurrence date du 13 décembre 2016, à une exception

<sup>17</sup> D'après la dernière enquête statistique « Cinquante ans de pratiques culturelles » du ministère de la Culture, 60 % des Français écoutent la radio quotidiennement, et 78 % regardent la télévision quotidiennement. Pour consulter l'enquête : <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/L-enquete-pratiques-culturelles/L-enquete-2018>.

<sup>18</sup> Dans la limite des processus d'archivages et de documentation de l'audiovisuel français dont est chargée l'INA. Sur Hyperbase, application proposée par l'Inathèque permettant la recherche multicritère, le tri et l'export de données documentaires sous forme de corpus à partir de la totalité des bases de données des archives de l'INA, l'exhaustivité des bases de données Télévision nationale/ Télévision satellite/ Télévision régionale/ Radio, est idéale pour réaliser cet état des lieux de la place



près<sup>19</sup>. Nous avons posé pour borne de fin du corpus le 10 mai 2019, date du début de la collecte. Cette première collecte donnait 2190 émissions, soit 1104 heures de contenu diffusées sur deux ans et demi, ce qui, au-delà d'être un témoignage supplémentaire de la densité de la discussion, posait quelques problèmes pour un traitement qualitatif. Un second choix a été fait : ne conserver que les productions audiovisuelles évoquant le sujet des fake news en tant que phénomène. À travers ce cadrage axé sur la montée en généralité, l'idée était de discriminer deux types d'émissions : celles employant le terme de fake news comme expression triviale pour évoquer un sujet sans rapport, et celles s'y référant pour présenter des dispositifs spécifiquement dédiés au fact-checking. En supprimant ces émissions, ainsi que les doublons, nous avons réduit le corpus d'émissions à 1403 émissions, avec une prédominance des formats radiophoniques (62 %) sur la télévision (38 %). C'est donc 10 % de ce corpus, sélectionné aléatoirement, soit 141 émissions, qui ont été visionnés par la suite. Le corpus se divise à part relativement égales entre les médias publics (51 %) et les médias privés (49 %). L'analyse par chaînes confirme l'importance du sujet sur les chaînes de radio, ainsi que pour les chaînes d'information en continu (figure 1).

FIGURE 1 : RÉPARTITION DU CORPUS COMPLET D'ÉMISSIONS VISANT À EXPLIQUER LE PHÉNOMÈNE DES *FAKE NEWS* DANS L'ESPACE MÉDIATIQUE

| Nom de la chaîne             | Type de média | Fréquence dans le corpus complet (%) (n=1403) | Effectif (n) | Fréquence dans le corpus visionné (%) (n=141) | Effectif (n) |
|------------------------------|---------------|---|--------------|---|--------------|
| <b>CHAÎNES DE RADIO</b>      |               |   |              |   |              |
| France Inter                 | Public        | 10,5  | 148          | 17  | 24           |
| France Info                  | Public        | 10,1  | 142          | 3,5   | 5            |
| Europe 1                     | Privé         | 9,3   | 131          | 5,7   | 8            |
| France Culture               | Public        | 9,2   | 129          | 19,9  | 28           |
| RFI                          | Public        | 6,0   | 84           | 7,1   | 10           |
| BFM Radio                    | Privé         | 5,3   | 75           | 0,7   | 1            |
| RTL                          | Privé         | 5,3   | 75           | 1,4   | 2            |
| Radio Classique              | Public        | 3,8   | 54           | 0   | 0            |
| RMC                          | Privé         | 2,2   | 31           | 1,4   | 2            |
| <b>CHAÎNES DE TÉLÉVISION</b> |               |   |              |   |              |
| LCI                          | Privé         | 8,4   | 118          | 7,8   | 11           |
| BFM TV                       | Privé         | 6,3   | 89           | 1,4   | 2            |

du terme dans le débat public. L'autre avantage de ce travail est la spécificité de ce terme : étant un anglicisme et un néologisme, il semble qu'il est difficile pour les acteurs de la conception des programmes de réaliser une émission sur le phénomène des *fake news* sans en employer le terme.

<sup>19</sup> Une émission du 27 juillet 2014 présentant un reportage sur un groupe d'étudiants en journalisme ukrainiens porteurs d'un projet journalistique appelé « Fake news » est ressortie du corpus.

|                  |        |     |      |     |     |
|------------------|--------|-----|------|-----|-----|
| France 24        | Privé  | 4,3 | 60   | 5,7 | 8   |
| CNews + iTélé    | Privé  | 2,8 | 36+3 | 1,4 | 2   |
| France Info      | Public | 2,1 | 30   | 0   | 0   |
| Arte             | Public | 1,8 | 25   | 5,0 | 7   |
| Canal +          | Privé  | 1,8 | 25   | 2,1 | 3   |
| LCP              | Public | 1,7 | 24   | 0,7 | 1   |
| France 5         | Public | 1,1 | 15   | 2,8 | 4   |
| C8               | Privé  | 1,0 | 14   | 0   | 0   |
| France 2         | Public | 1,0 | 14   | 4,3 | 6   |
| France 3         | Public | 0,9 | 13   | 1,4 | 2   |
| Public Sénat     | Public | 0,9 | 13   | 1,4 | 2   |
| TV5 Monde        | Public | 0,8 | 11   | 0,7 | 1   |
| TMC              | Privé  | 0,8 | 11   | 0,7 | 1   |
| TF1              | Privé  | 0,8 | 11   | 2,1 | 3   |
| M6               | Privé  | 0,5 | 7    | 0,7 | 1   |
| France 3 Régions | Public | 0,4 | 6    | 4,3 | 6   |
| France O         | Public | 0,4 | 5    | 0   | 0   |
| France 4         | Public | 0,1 | 2    | 0,7 | 1   |
| MCM              | Privé  | 0,1 | 1    | 0   | 0   |
| Planète          | Privé  | 0,1 | 1    | 0   | 0   |
| Ensemble         |        | 100 | 1403 | 100 | 141 |

Ces premières données descriptives peuvent à première vue indiquer que le débat public sur les *fake news* se déploie dans l'ensemble des espaces médiatiques français, publics ou privés, télévisuels ou radiophoniques<sup>20</sup>. Pourtant, cette répartition donne un premier indice de la nature de ce débat public : à travers la domination de la radio, et notamment de la radio publique, on peut supposer que les acteurs de l'espace médiatique s'emparant majoritairement du sujet sont ceux dont le travail journalistique aspire, en tout cas dans le sens commun, à remplir une mission de service public de l'information. Les chaînes les plus représentées incarnent cette approche revendiquée par Radio France « d'allier exigence culturelle et respect du grand public » (Lherault, 2015), dont les trois chaînes principales (France Culture, France Inter, France Info) composent à elles seules près de 30 % du corpus total. C'est dans ces émissions plus longues, qui incarnent le pôle des médias « crédibles », forts en capital symbolique au

<sup>20</sup> La description du corpus total présente néanmoins certaines limites, liées à la validité relative de l'indexation et des résumés proposés, ou aux lacunes dans les notices proposées par l'INA. En effet, si une partie du nettoyage a pu se faire en amont du visionnage (identification des doublons et des rubriques de *fact-checking* nommées comme telles dans les notices, qui a pu se faire mécaniquement), ce travail de nettoyage a continué à mesure du visionnage, en identifiant des contenus hors sujet, des émissions utilisant le terme de *fake news* de manière « fortuite », voire des doublons non identifiables comme tels par la notice.

sein de la structuration duale du système médiatique français (Champagne, 2016), et où le nombre d'invités est plus restreint, qu'est rendue possible l'expression d'une approche plus critique ; mais on y trouve aussi, notamment dans les émissions sans invités, l'expression d'un cadrage purement journalistique, sans apport ou contradiction d'un « expert ».

Du côté de la production télévisée, les émissions semblent au contraire prendre majoritairement la forme de débats, à vocation plus polémique. C'est la combinaison de ces données avec une autre variable, celle de la présence d'invités (dans 83 % des émissions), qui permet de corroborer cette hypothèse. Au total, 239 invitations ont été relevées, 159 en médias publics, 80 en médias privés (où les émissions à invitation sont surreprésentées puisqu'une seule émission ne comptait aucun invité). Les émissions à quatre ou cinq invités correspondent à des formats plateaux, caractérisés par une parole qui circule davantage, moins d'espace pour le développement d'une argumentation, et des invités souvent moins spécialisés sur la question, voire invités au titre de leur statut d'éditorialiste, c'est-à-dire de leur capacité à débattre sur un sujet donné sans qualification spécifique *a priori*. De l'autre côté du spectre, les émissions à zéro ou un invité constituent la moitié du corpus et incarnent des formats plus longs, plus développés<sup>21</sup>.

Derrière l'apparence d'une égale répartition sur l'ensemble de l'espace audiovisuel français apparaît donc la surreprésentation de médias liés à la défense d'un intérêt général, avec une référence constante à la démocratie, tout en la liant à la défense d'une position corporatiste visant à présenter les journalistes comme solution du problème. Ainsi énonce-t-on dans une émission : « Les Français se méfient beaucoup des journalistes, mais, en attendant, sur qui comptent-ils pour débunker les informations ? Eh bah sur nous<sup>22</sup> ! » C'est dans cet espace de l'audiovisuel fait « d'entrepreneurs de la démocratie [radio]cathodique » (Neveu, 1995), portant dans ses missions de service public « une ambition sociétale, citoyenne et culturelle [...] : informer, éduquer, distraire<sup>23</sup> » que va pouvoir se déployer une panique morale fondée sur l'invocation d'une valeur supérieure et générale : la défense de la démocratie.

## 4.2. Définir le problème : variations sur un même thème

Si le caractère polysémique est constitutif du terme de *fake news*, il est rarement constitué en enjeu dans les émissions. Cette hétérogénéité des définitions masque en réalité un consensus : la mise en problème du sujet. Seuls 23 % des émissions reconnaissent explicitement l'existence d'un « litige » ou d'un enjeu concernant les contours mêmes du terme. Ou plutôt : 77 % des émissions ne le reconnaissent pas explicitement, et uti-

<sup>21</sup> Formats reposant sur un entretien avec une personnalité invitée, d'une durée supérieure à dix minutes, illustrés dans le corpus visionné par des émissions comme *L'invité du 7/9* (France Inter), qui compte cinq occurrences, ou *L'instant M* (France Inter) qui en compte quatre.

<sup>22</sup> *Le 12h00-14h00*, France Info, 24 janvier 2019.

<sup>23</sup> Contrat d'objectifs et de moyens (COM) 2020-2022 conclu entre l'État et les différents médias publics (France Télévisions, France Médias Monde, Radio France, ARTE France, INA), 3 février 2021.

lisent le terme sans se soucier de ses définitions plurielles. Notons que cette omission de la complexité définitionnelle du mot n'est peut-être pas totalement spécifique aux *fake news* dans la mesure où il est fréquent que le débat journalistique lisse ou schématise des termes complexes, notamment du fait des contraintes matérielles de la production d'information. Cet effet de simplification fondant le succès social d'un mot se retrouve avec d'autres termes, comme insécurité (Sedel, 2009), « sociétal » (Héran, 1991) ou populisme (Collovald, 2019).

Un consensus émerge dans les tentatives de définition constatées : le critère de l'intentionnalité, permettant de distinguer la *fake news* de l'erreur, et notamment de l'erreur journalistique, critère qui « permet surtout d'immuniser par avance le journaliste professionnel » (Michel, 2017). Mais encore reste-t-il à définir ce qui est entendu derrière ce terme d'intentionnalité, ce qui est loin d'être le cas dans l'ensemble des émissions : dans notre corpus, 54 % des émissions évoquent le critère d'intentionnalité sans le définir, 46 % proposent une définition. Ainsi, non seulement l'effort de définition n'est pas systématique, mais lorsqu'il a lieu, il inclut différentes définitions de cette même intention (figure 2).

FIGURE 2 : RÉPARTITION DU TYPE DE DÉFINITION DE L'INTENTION DE *FAKE NEWS* PROPOSÉE DANS LES ÉMISSIONS

| Type de définition de l'intention (n=65) | Intention purement idéologique | Intention idéologique et économique | Intention idéologique, économique, et ludique | Intention purement économique | Intention idéologique et ludique |
|--|--------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------------|----------------------------------|
| Fréquence                                | 52,3 %                         | 29,2 %                              | 10,8 %  | 4,6 %                         | 3,1 %                            |
| Effectif                                 | 34                             | 19                                  | 7   | 3                             | 2                                |

On peut voir se dégager un premier consensus, autour de l'usage de la définition idéologique de l'intention de tromper, c'est-à-dire relevant du combat politique ou de la défense d'idéaux. Le phénomène est donc défini comme fondamentalement idéologique, et est associé dans un second temps à des logiques économiques (intentionnalités décrites comme relevant d'un but purement lucratif, fondé sur l'économie du clic et l'usage de « *clickbait*s ») ou satiriques (décrites comme relevant de la satire ou de la parodie, à l'instar du site *Le Gorafi*).

Pour autant, le consensus définitionnel semble s'arrêter là, comme en témoigne l'analyse des exemples utilisés pour illustrer le phénomène. 61 % des émissions mobilisent des illustrations qui servent très souvent d'accroche dans l'introduction du journaliste. En relevant ces faits utilisés pour illustrer le phénomène, on trouve alors des affirmations aux statuts absolument variés. Sur 137 exemples de *fake news* donnés dans 89 émissions, 41,6 % ont été vérifiés et confirmés comme faux, correspondant ainsi à la définition la plus banale d'une *fake news*. On trouve ici essentiellement des informations ayant circulé dans le cadre d'élections présidentielles, françaises (la campagne d'Emmanuel Macron a été financée par Al-Qaïda, Marine Le Pen propose de relever le

niveau du SMIC), américaines (affaire du Pizzagate<sup>24</sup>), ou des informations relevant de grands événements collectifs récents (une femme Gilet jaune tuée par la police, l'aéroport de Miami a été inondé lors de l'ouragan Irma, etc.). En revanche, 12,4 % sont cités pour illustrer le phénomène de *fake news* alors même qu'ils ont été l'objet d'une vérification et que l'affirmation a été contredite, à l'instar de l'existence d'armes de destructions massives en Irak. Par ailleurs, 33,6 % des exemples cités relèvent en fait de théories du complot, historiques (mort de Lady Di, marche sur la Lune) ou récentes (attentats de janvier 2015, lien entre autisme et vaccins). 8 % relèvent d'une origine parodique ou satirique (le surnom « Ali Juppé » pour Alain Juppé, ou le fait de dormir sur le côté gauche pour se protéger du cancer), et 4,4 %, enfin, sont invérifiables en l'état, ou bien parce qu'ils sont en réalité des opinions (« la France n'est pas un pays libéral » ; « il fallait voter "non" au TCE de 2005 ») ou parce qu'ils restent, à ce stade, non vérifiés (« l'Élysée a monté un complot contre François Fillon en 2017 »).

La liste intégrale des exemples, présentée en annexe, indique les disparités non seulement dans le régime de vérité sous lequel circule l'information citée, mais aussi dans les thématiques convoquées : du fait historique majeur (« assassinat de Kennedy par la CIA ») à l'information locale et anecdotique (« un migrant urine sur la façade d'une église »), d'un grand niveau de gravité (idée d'un lien entre l'autisme et les vaccins) à l'insolite anecdotique sans conséquences (« un adolescent canadien aurait découvert une cité maya »). Plus frontalement, cette liste d'exemples a ceci d'original qu'elle n'illustre pas tellement les définitions des *fake news* proposées dans les émissions : tout n'est pas faux, ou établi comme tel, tout n'est pas politique, tout n'est pas une menace potentielle contre la démocratie, tout n'a pas émergé suite au développement des réseaux sociaux numériques, etc.

Pour un phénomène défini comme fondamentalement idéologique, le type d'idéologie qui y est liée semble pour le moins confus. Si elles varient en fonction de « l'actualité du faux du moment », le point commun de ces illustrations est surtout d'être les affirmations les plus loufoques, « insolites », pour provoquer chez le spectateur un sentiment d'évidence. Le problème de définition du phénomène reste donc entier au sein même des émissions télévisées ou radiophoniques se donnant pour objectif d'y répondre : pour les acteurs qui les énoncent, ces définitions renvoient les *fake news* à un phénomène vague de contestation des faits, avérés ou non. Finalement, le principal point de consensus semble être que, quelle que soit sa définition, le phénomène constitue un *problème*, et un problème grave : « Quelque chose bascule devant nous<sup>25</sup> » ; « C'est pire que dangereux, c'est le commencement de la fin de la démocratie, un drame démo-

<sup>24</sup> Le terme « pizzagate » présent dans le tableau renvoie à un fait divers datant du 4 décembre 2016, quelques semaines après l'élection de Donald Trump : après avoir lu sur Internet différentes rumeurs relatant l'existence d'un trafic sexuel d'enfants dans une pizzeria de Washington détenue par un proche du Parti démocrate, un homme armé fait irruption dans le restaurant, sans faire de blessés. Ce fait divers a été classiquement présenté comme le premier fait divers illustrant les conséquences concrètes et dramatiques de la circulation des *fake news*, jusqu'à devenir parfois un terme générique désignant ce type de situation. Pour une analyse de ce terme, voir Rebillard (2017).

<sup>25</sup> *Le 7/9*, France Inter, 5 avril 2017.

cratique<sup>26</sup> » ; « C'est un enjeu de civilisation<sup>27</sup> » ; ou encore « C'est triste à dire, mais il faut qu'on raisonne en termes de guerre froide d'information<sup>28</sup> ». L'analyse du contenu des émissions consacrées aux *fake news* permet de montrer que la trame explicative principalement mobilisée s'est cristallisée autour d'un scénario en trois étapes : l'irruption massive du faux dans nos quotidiens ; la crédulité systématique à la réception, *a fortiori* auprès des publics identifiés comme vulnérables ; et les conséquences graves sur les comportements politiques et sociaux, menaces pour les démocraties occidentales.

### 4.3. La seringue hypodermique 2.0 ?

Comme nous allons le voir, la mise en problème passe par la désignation d'un coupable idéal, l'émergence d'Internet et des réseaux sociaux. C'est bien parce qu'il est possible de distinguer des trames uniques d'explication du phénomène que le débat public sur les *fake news* relève d'une panique morale, et non d'une controverse. En effet, la diversité des définitions n'indique pas pour autant l'existence de positions antagonistes fortes sur le sujet, empêchant de ce fait cette discussion de constituer une controverse *stricto sensu*. Il existe bien une approche critique du phénomène, mais elle s'intègre aux trames possibles et s'accorde avec ces dernières sur certains points qui font consensus. C'est ce que montre l'analyse des approches dominantes de chaque émission, construites de manière idéal-typiques<sup>29</sup>. On entend par « historique » l'approche aspirant à replacer le phénomène des *fake news* dans le temps long et rappeler la permanence de la fausseté dans différentes sociétés ; par « politique » l'approche visant à réduire le phénomène à des enjeux de joutes politiciennes, de rhétorique et de communication politique ; par « technique » l'approche consistant à définir le phénomène comme étant lié à l'émergence d'Internet et des réseaux sociaux numériques ; par « démocratique » l'approche qui fait du phénomène un enjeu lié à l'intervention de puissances étrangères dans le déroulement des élections des sociétés libérales occidentales ; par « critique », enfin, l'approche qui associe également ou seulement le phénomène à des acteurs dominants, en l'occurrence les acteurs politiques via la nécessité de mensonges au nom de la raison d'État, ou les acteurs journalistiques, désignés en tant que « médias dominants ».

La majorité des émissions adoptent plusieurs approches (deux dans 50 % des cas, trois dans 28 % des cas). Les approches les plus fréquentes sont l'approche technique (64 %), et l'approche démocratique (60 %). L'approche politique (29 %) n'est finalement pas si représentée que l'on pourrait le croire, se rapprochant des approches historiques (30 %) et critiques (25 %) dont l'expression est nécessairement plus dépendante du contexte d'énonciation. Il paraît ici cohérent que l'approche démocratique soit plus

<sup>26</sup> *C Politique*, France 5, 29 janvier 2017.

<sup>27</sup> *Le numérique est politique*, France Culture, 7 janvier 2018.

<sup>28</sup> *Le 5/7*, France Inter, 15 mars 2018.

<sup>29</sup> Afin d'identifier le domaine principal de mise en thème et construire ces idéaux-types d'approche dominante développée par l'émission, différents éléments ont été mobilisés dans l'analyse : introduction de l'émission par le ou la journaliste, utilisation de mots-clés, orientation des questions posées aux invités et des supports utilisés, etc.

représentée, car elle peut être argumentativement permise à la fois par la dimension technique (les réseaux sociaux ont créé ce problème qui menace la démocratie) et par la dimension politique (la rhétorique politique a changé ces dernières années, menaçant la démocratie). Il est intéressant de regarder les combinaisons des approches (figure 3).

FIGURE 3 : RÉPARTITION DU TYPE D'APPROCHE(S) ADOPTÉE(S) DANS L'ÉMISSION (N=141)

| Type d'approche (s) <sup>30</sup> | Technique et démocratique | Purement technique | Politique et démocratique | Technique, démocratique, historique | Démocratique et critique | Politique, démocratique, technique |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------------|-------------------------------------|--------------------------|------------------------------------|
| Effectif                          | 37                        | 19                 | 11                        | 9                                   | 7                        | 7                                  |

Ainsi, l'analyse de la répartition des approches générales adoptées nous renvoie à l'idée d'un problème combinant le technique et le démocratique, d'une évolution technique qui générerait des comportements d'ordre idéologique. On retrouve pleinement ici la filiation avec les *media panics* qui, à chaque évolution technique des modes d'information, associent des comportements d'ordre moral ou civique. Cette cause technique se retrouve dans les attributions de responsabilité du phénomène, puisque 51,1 % des émissions mettent en cause un ou plusieurs réseaux sociaux numériques (Facebook et Twitter en très grande majorité).

Les explications renvoyant la faute sur Internet et le développement des réseaux sociaux se développent en deux arguments différents, mais complémentaires : l'effet de démocratisation qu'a eu cette évolution sur la *production* d'information (responsabilité d'Internet dans l'égalitarisation des paroles sur les réseaux sociaux : 36,2 %), et sur la *réception* de l'information (en lien avec les idées d'infobésité, etc. : 60,3 %). Le diagnostic qui attribue l'origine du problème à une dérégulation du marché de l'information par l'apparition puis le développement d'Internet n'est pas récent ; ce sillon interprétatif permet de tenir ensemble les phénomènes de massification de la quantité d'information en circulation, et la nouvelle distribution de la capacité à intervenir dans la production de cette information. Pour ce qui est de la question de la capacité de chacun à produire de l'information sur Internet, on retrouve ici l'idée selon laquelle les discours sur les *fake news* constituent une « réitération de la disqualification des publics dans la circulation de l'information » (Barbe, Doutreix, 2019). Autrement dit, la mise en cause de la capacité du citoyen à participer aux débats publics, dans un processus proche de celui qu'a connu le journalisme participatif : un premier mouvement de valorisation de principe, puis un verrouillage et un rejet drastiques (Pélissier, Chaudy, 2009 ; Trédan, 2007).

Cependant, cette mise en cause d'Internet, bien que majoritaire dans les fréquences relevées (60 % pour la cause « évolution des modes d'information via Internet », 36,2 %

<sup>30</sup> La coexistence d'approches au sein d'une même émission relève de l'évolution de la discussion, lorsque des invités sont présents, ou, pour les émissions sans invités, d'une segmentation de l'émission en différents points, si l'émission est suffisamment longue pour le permettre.



pour la cause « égalitarisation des paroles sur les réseaux sociaux », ne se suffit pas pour expliquer l'émergence du faux : elle va de pair avec d'autres phénomènes sociaux supposément diagnostiqués, qui relèvent de logiques très différentes (figure 4).

FIGURE 4 : FRÉQUENCE DU TYPE DE CAUSE OU PISTE D'EXPLICATION INVOQUÉE DANS L'ÉMISSION

- 53 % des émissions expliquent le phénomène à travers un diagnostic général de défiance/perde de confiance à l'égard des autorités et institutions traditionnelles (parole politique, médiatique, scientifique).
- 32 % des émissions invoquent l'explication d'une influence étrangère, en accusant principalement la Russie (36), les États-Unis (8), la Macédoine (6), l'Ukraine (4), etc.
- 16 % des émissions invoquent l'explication d'une modification récente, massive et internationale des règles de la communication politique, évolution qui aurait été impulsée par Donald Trump et suivie par toute une série d'autres leaders politiques, choisissant de rejeter la contrainte de vérité qui prévalait jusqu'alors dans leurs discours.
- 16 % des émissions invoquent l'abaissement de la qualité de l'offre informationnelle ces dernières années, en lien avec la soumission des rédactions aux logiques économiques, à la « course à l'audience », à « l'économie du clic », etc.

Ainsi, la description des causes retenues par les acteurs des émissions ne permet pas simplement d'en faire apparaître l'hétérogénéité : elle permet aussi et surtout de faire émerger les logiques par lesquelles, au-delà des confusions définitionnelles, le débat public sur les *fake news* comporte des « variations sur un même thème ». On voit apparaître ici les premiers indices de l'existence de diagnostics différenciés du problème, eux-mêmes fondés sur des diagnostics sociopolitiques précédents. Le problème de ces affirmations préalables (les *fake news* sont « le constat d'une crise épistémologique qui affecte notre rapport au savoir<sup>31</sup> », ou « avant c'étaient les faits qui faisaient les opinions, maintenant les opinions font les faits<sup>32</sup> ») est qu'elles sont difficilement vérifiables ou objectivables.

L'invocation, dans 42 % des émissions, du « règne de l'émotion » pour expliquer ce phénomène achève de confirmer ce cadrage : cette piste d'explication pose le diagnostic d'une évolution récente et massive de nos sociétés modernes, dont les membres seraient davantage soumis à l'ordre de l'émotion, sans pour autant proposer d'explication quant à l'origine de ce supposé phénomène. On peut ajouter ici les 23,4 % d'émissions invoquant explicitement la post-vérité<sup>33</sup> pour expliquer le phénomène. Quelle que soit la nature du problème diagnostiqué en amont, la conclusion du scénario semble rester inlassablement la même : le retour d'un public atomisé et vulnérable que l'influence

<sup>31</sup> *Les petits matins*, France Culture, 24 janvier 2018.

<sup>32</sup> *Soir 3 Journal*, France 3, 16 mars 2019.

<sup>33</sup> En effet, la définition trivialement retenue de cette expression implique systématiquement de constater une « soumission » des citoyens à l'émotion, au détriment des faits.

des médias, ici de l'information sur Internet, mènerait à adopter des comportements extrêmes. C'est donc, pour reprendre l'image développée par Harold D. Lasswell, à l'idée d'une seringue hypodermique 2.0 que nous renvoient ces discours : une injection directe par les médias, ici numériques, d'un message dans un public conditionné et passif, réagissant à ces stimuli à la manière d'un réflexe, immédiat et inconscient.

## 5. Public crédule, peuple violent

Au concept de panique morale est généralement associée l'idée d'une unanimité du discours médiatique. Ici, il est justement intéressant de constater que, bien que les définitions et diagnostics sur les *fake news* puissent être pluriels, on retrouve une tendance partagée à la disproportion fondée sur une réactivation de la théorie des effets forts. Le consensus formulé sur l'existence d'un problème permet d'en désigner les victimes, jeunes et classes populaires constituant deux groupes sociaux identifiés comme particulièrement vulnérables. La crédulité qui leur est mécaniquement attribuée serait d'autant plus grave qu'elle entraînerait tout aussi mécaniquement des comportements extrêmes, évoquant à nouveau les paradigmes de la psychologie des foules. L'analyse des ancrages professionnels des acteurs contribuant à ce débat public peut *in fine* nous permettre de comprendre au moins partiellement les ressorts de la réitération de ces modèles.

### 5.1. Des publics « vulnérables » : jeunesse et classes populaires

Au-delà des consensus sur l'existence d'un problème, sur son lien avec une évolution technique de nos modes d'information, il y a ici un consensus relatif sur la crédulité : en effet, près de la moitié des émissions (45,4 %) se fondent sur le postulat, le plus souvent implicite, qu'il existe un lien mécanique entre la réception de la *fake news* par un public quel qu'il soit, et la croyance de ce dernier. À quelques exceptions près (quatre<sup>34</sup>), les autres émissions, sans démentir ce lien, développent des raisonnements qui laissent à penser que ce postulat n'est pas considéré comme systématique.

Ici, c'est dans la définition proposée par les émissions de ce qui constitue un public vulnérable aux *fake news* que l'on trouve la réactivation la plus exemplaire de paradigmes, tirés notamment de la psychologie des foules. Il y a donc lieu de s'intéresser aux 23,4 % des émissions qui évoquent implicitement ou explicitement le postulat selon lequel certains groupes sociaux seraient caractérisés par une plus grande vulnérabilité à la réception crédule des *fake news*, selon leur détention en capitaux. Les groupes cités comme étant vulnérables (n=34) sont composés du duo « Les jeunes » (19 occurrences) et « Les classes populaires », déclinés ensuite en : « Les jeunes (18-25 ans) de classes populaires » ; « Les jeunes radicalisés » ; « Les jeunes non diplômés à pensée extrême », etc. Les exemples cités renvoient à des critères fondés sur l'âge, le niveau de diplôme, le niveau

<sup>34</sup> Les rares exceptions correspondent aux cas dans lesquels un participant s'oppose explicitement à ce postulat (« si je peux me permettre, ce n'est pas parce qu'elles sont diffusées qu'elles sont crues »).

de vie, l'adhésion à des thèses antisystèmes, le niveau de radicalisation politique, la faiblesse de l'insertion sociale, l'adhésion aux stratégies populistes, le vote Trump, et la nature des pratiques informationnelles. Il est intéressant de noter que l'on trouve ici aussi bien des éléments de propriétés sociales basiques, mais aussi des comportements politiques précis, présentés à la fois comme la cause et la conséquence du problème : la croyance en les *fake news* ferait le vote Trump, et le vote Trump ferait la croyance en les *fake news*. De même pour l'adhésion au mouvement des Gilets jaunes, ou pour une supposée « radicalisation » – jamais définie –, on retrouve de manière répétitive un raisonnement circulaire fondé sur une conception misérabiliste (Grignon, Passeron, 1989) des « croyances » populaires.

Plus largement, deux critères se dégagent de cette liste, sur lesquels se fonderait une supposée vulnérabilité aux *fake news* : la jeunesse, et la faible détention de capitaux (économiques ou culturels). Ce type de raisonnement appelle ici une précision importante : en effet, le fait de vouloir resocialiser la réception de l'information, en prenant en compte ses ancrages sociaux (Balland, Berjaud, Zambrano, 2015), est une démarche relevant d'un raisonnement proprement sociologique, pertinente sur la question des fausses informations, à propos de laquelle se sont majoritairement développés des discours « la déplaçant dans un espace asocial et déshumanisé » (Aldrin, 2005). Cependant, il semble que ces accusations de vulnérabilité ne relèvent pas ici de cet effort sociologique, mais avant tout de l'attribution d'une crédulité mécanique par essence à des groupes sociaux mal définis. Le caractère vague des expressions utilisées en témoigne assez aisément. Par ailleurs, ce sont précisément ces travaux scientifiques aspirant à resocialiser la réception et la consommation de l'information qui permettent d'affirmer que « la jeunesse » est loin d'avoir une réception uniforme et homogène de l'information, tout comme « les classes populaires<sup>35</sup> ». Julien Boyadjian (2020), par exemple, rappelle l'hétérogénéité sociale et culturelle qui caractérise la jeunesse qu'il étudie, et la réception différenciée qu'elle engendre. Le simple fait que les jeunes soient sur les réseaux sociaux numériques, là où se déploieraient ces *fake news*, n'implique pas que les jeunes soient menacés par ces dernières. Un tel raisonnement illustre de manière paradigmatique l'un des sophismes qui sont au cœur de cette discussion sur les *fake news*. Finalement, on retrouve dans ces grandes catégories essentialisantes une caractéristique de la perception de la foule selon Le Bon (1983 [1895]) : « quels que soient les individus qui la composent, [...], le seul fait qu'ils sont transformés en foule les dotent d'une sorte d'âme collective ».

## 5.2. « Un casseur, c'est un Gilet jaune qui a lu des *fake news* ! »

Après avoir identifié les publics « vulnérables », il convient de revenir à l'objectif de ce travail, qui est d'identifier une panique au sens d'une réaction intense, dense, rapide, en

<sup>35</sup> Pour des travaux sociologiques empiriques sur les pratiques médiatiques en milieu dit « populaire », et l'appropriation d'Internet dans les classes populaires non précaires de la France rurale, voir par exemple Pasquier (2018).

conservant l'accent sur des éléments tirés de l'analyse de discours : argumentation sur la base d'évidence, définitions floues et malléables, absence de preuves matérielles (ici, scientifiques) de la nuisance dénoncée, tendance hyperbolique et émotionnelle, etc. C'est précisément ces ressorts qui sont à l'œuvre lorsque, une fois les « vulnérables » identifiés, il s'agit de décrire les effets qu'auraient mécaniquement les *fake news* sur leurs comportements. Ainsi, 21 % des émissions prolongent ce postulat non démontré d'une réception crédule mécanique par l'évocation de comportements provoqués par cette même réception. Quels sont ces comportements ? Quelques verbatims tenus dans les émissions nous éclairent sur la question :

« Radicalisation politique » (x 5) ; « comportements antidémocratiques » (x 4) ; « violence » (x 3) ; « incapacité à débattre » (x 3) ; « défiance généralisée » (x 3) ; « polarisation » (x 3) ; « violence – Pizzagate » (x 3) ; « violence – attaque du camp rom en Seine-Saint-Denis (x 2) » ; « antisémitisme » (x 2) ; « manipulation » (x 2) ; « vote antisystème » (x 2) ; « état de confusion mentale » (x 2) ; « perte d'autonomie intellectuelle » (x 2) ; « remise en cause du système » ; « structuration de la société sur des boucs émissaires » ; « violence – Gilets jaunes » ; « un lien très direct entre casseurs et *fake news* » ; « appels au meurtres, climat de haine » ; « irresponsabilité citoyenne, dérives », etc.

Plusieurs remarques peuvent être faites à la lecture de cette liste : tout d'abord, la présence de généralisations causales dans le raisonnement apparaît clairement ici, dans la mesure où certains des éléments cités comme conséquence des *fake news* étaient déjà évoqués en tant que cause. Au-delà de ce raisonnement circulaire, c'est aussi la diversité des comportements évoqués que l'on observe, présentant cependant un trait commun : le rejet des principes démocratiques considérés comme les fondements de nos sociétés, prenant aussi bien la forme d'une transgression des règles que d'une contestation des valeurs.

L'idée selon laquelle les discours sur les *fake news* dans l'espace public auraient constitué une opportunité pour certains éditorialistes pour expliquer des surprises électorales a déjà été évoquée par d'autres travaux (Cardon, 2019a). Mais la liste de verbatims présentée révèle que les *fake news* ne sont pas tant associées à des considérations d'ordre électoral qu'à des diagnostics sociaux que rien ne lie, spontanément ou directement, au sujet de la désinformation en ligne. Les travaux sur les *media panics* cités plus haut tendaient à lier émergence d'un nouveau média et délinquance juvénile. Ici, les conséquences alarmistes diagnostiquées semblent finalement dépasser le cadre juvénile. Mais une partie non négligeable du débat public sur les *fake news* propose une lecture de conséquences du même ordre : une forme de délinquance démocratique ou citoyenne.

C'est finalement ici que cette panique prend pleinement sa dimension « morale ». Certains, comme Peter Anthony James Waddington (1986), critiquent cette dimension du concept, énonçant que « quiconque déclare qu'une réaction sociale est une panique morale signifie simplement qu'ils estiment la réaction des autres disproportionnée au

regard de ses critères moraux ». Sans nier le potentiel stigmatisant du terme<sup>36</sup>, on peut toutefois qualifier cette réaction de morale, en tant qu'elle présente comme déviantes les conséquences comportementales qu'elle décrit. En l'occurrence, la dimension morale semble toucher à la rationalité du vote, ce qui donne lieu à des discours proprement antidémocratiques : « L'esprit critique, ça ne s'enseigne pas ; le citoyen moderne est tenu, à cause de la démocratie, d'avoir un avis sur tout et n'importe quoi, et c'est de là que naît le *bullshit* généralisé<sup>37</sup> », énonce-t-on dans une émission ; « L'esprit critique, ce n'est pas critiquer tout et n'importe quoi<sup>38</sup> » ; « C'est le pire du populisme, tuer l'autorité morale et institutionnelle en racontant n'importe quoi<sup>39</sup> ». De même, les acteurs proposant des solutions pour lutter contre les *fake news* le font au nom de la défense d'un idéal démocratique légitimiste, mais aussi par l'affirmation d'une norme républicaine, celle du comportement citoyen idéal. Ainsi, l'initiative de *fact-checking* émanant de la Commission européenne, les Décodeurs de l'Europe, est présentée comme « [ayant] aussi pour objectif d'encourager les Français à aller voter dans six semaines<sup>40</sup> ». Plus largement, on retrouve ici les conclusions logiques de l'application des paradigmes tirés de la psychologie des foules, et notamment leurs « caractères spéciaux » : « l'impulsivité, l'irritabilité, l'incapacité de raisonner, l'absence de jugement et d'esprit critique, l'exagération des sentiments et d'autres encore<sup>41</sup> ».

Une analyse des registres lexicaux exploités dans les émissions offre une piste d'explication de cette tendance à l'alarmisme démocratique. 22 % des émissions exploitent un registre d'ordre psychopathologique : on trouve ici l'emploi d'un champ lexical de la contagion, de la maladie, de l'épidémie<sup>42</sup>. Cette approche de la rumeur « comme maladie de l'inconscient collectif » (Aldrin, 2005) renvoie à un classique : *La rumeur d'Orléans* (Morin, 1969) où la rumeur est définie comme une « création continue de caractère hystéroïde », que l'analyse découpe en différentes phases pathologiques : incubation, propagation, métastase, résidus et germes. Les limites de cette approche psychopathologique sont nombreuses : au-delà de l'absence d'intérêt heuristique, elle implique un postulat d'irrationalité problématique, et renvoie l'acteur impliqué dans le phénomène de rumeur à un statut d'agent indifférencié en niant totalement la possibilité d'un libre arbitre, ou la prise en compte d'un contexte social et collectif d'énonciation ou de réception. Si les phénomènes de *fake news* et de rumeurs ne sont pas parfaitement superposables<sup>43</sup>, ils peuvent relever d'une même analyse : « contagion et rumeur font partie

<sup>36</sup> Voir à ce propos Mathieu (2015).

<sup>37</sup> *L'invité des Matins*, France Culture, 30 avril 2018.

<sup>38</sup> *12/13*, France 3 Auvergne, 23 mars 2018.

<sup>39</sup> *L'info du vrai, l'actu*, Canal +, 06 décembre 2018.

<sup>40</sup> *Le 20H*, TF1, 10 avril 2019.

<sup>41</sup> Le Bon (1983 [1895] : 17).

<sup>42</sup> Bien que l'année 2020 ne soit pas représentée dans le corpus, on peut évidemment noter ici que cet usage de la métaphore épidémique a logiquement explosé dans le cadre de la pandémie du Covid-19, dans les expressions médiatiques tentées par un jeu de mot manifeste, mais aussi dans les communications institutionnelles, avec l'usage du terme d'infodémie, dès février 2020.

<sup>43</sup> Notamment du fait de la différence dans leurs modes de circulation et des régimes de vérité sous lesquels elles circulent. Voir à ce propos Dauphin (2019).

du dispositif déployé pour marquer l'altérité la plus grande : sont contagieux ceux qui se ressemblent, ceux qui font partie de cette masse, dont s'excluent systématiquement les rumoristes » (Froissart, 2002). Comment ne pas penser ici à une exclamation prononcée dans l'une des émissions du corpus : « Nous [les journalistes], on le voit que c'est complètement faux. Les ouvriers de Whirpool, ils ne le voient pas<sup>44</sup> ! »

Pour continuer à saisir les paradigmes et cadres théoriques sur lesquels reposent les émissions sur les *fake news*, une autre remarque peut être faite sur le corpus : 22 % des émissions exploitent un registre dit « cognitiviste ». On trouve dans cette liste beaucoup d'éléments différents : « plaisir cognitif du fait de croyance », « hygiène mentale », « structure mentale basée sur la fausseté », etc. On peut noter la récurrence des références aux « biais cognitifs », expression qui renvoie aux distorsions dans le traitement cognitif d'une information contrevenant à la pensée logique et rationnelle. La répétition au fil des émissions de ce concept issu de la psychologie cognitive, et des sciences cognitives plus généralement, impose l'idée selon laquelle le monopole de l'explication légitime du phénomène serait détenu par ces disciplines privilégiant un cadrage individualisant. Leur surreprésentation parmi les acteurs de la discussion expliquerait alors la tendance à individualiser et à décontextualiser la question de la réception de l'information. C'est pour discuter cette assertion que sera analysée la base de données des invités des émissions.

### 5.3. Une panique morale sans entrepreneurs de cause ?

Lorsque l'on en vient à l'étude des acteurs du débat autour des *fake news*, l'analyse en termes de panique morale semble buter sur une limite. En effet, pour une partie des auteurs ayant travaillé le concept, l'intérêt de l'analyse consiste à identifier des entrepreneurs de cause organisés, et comprendre leurs modalités d'action (Chaumont, 2012). « *No claim-makers, no panic* », énonce ainsi Philip Jenkins (2009). Or, dans le cas des *fake news*, cette panique morale ne fait pas l'objet d'une croisade morale au sens de mouvements ou réactions orchestrés par des groupes organisés. On ne trouve au premier abord ni groupes de pression structurés développant une action orchestrée, ni acteurs parfaitement identifiables cherchant à faire émerger le sujet, à l'instar des associations familialistes organisées contre les jeux vidéo (Mauco, 2008). En revanche, il est possible de porter le regard sur les statuts des acteurs invités dans les émissions, ceux-là mêmes qui portent « une parole alarmante dont les ressorts sont l'exagération (quantitative) et la dramatisation (qualitative) » (Chaumont, 2012). Ils permettent d'éclairer aussi bien l'orientation de la trame narrative (le discours alarmiste) que ses variations dans les définitions (liées aux intérêts défendus par les acteurs).

Sur 141 émissions, 24 n'ont pas d'invités. Pour les autres, on compte 239 invitations pour 177 invités, une personne pouvant être invitée à plusieurs émissions. Cinq motifs d'invitations ont été distingués lors du visionnage : expertise (n=100), témoignage

<sup>44</sup> C à dire ?, France 5, 11 mai 2017.

(n=60), éditorialisme (n=9), illustration (n=7), et fortuit<sup>45</sup> (n=1). Dans la mesure où il s'agit d'identifier les acteurs invités explicitement afin d'évoquer le phénomène des *fake news*, et étant considérés comme légitimes à le faire, seules les deux premières catégories ont été conservées pour la suite de l'analyse. On travaille donc le corpus de 160 invités jouissant d'une légitimité experte ou de témoignage<sup>46</sup>.

FIGURE 5 – LES ACTEURS JUGÉS EXPERTS SUR LE PHÉNOMÈNE – INVITÉS « EXPERTISE » (N=100)

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| Acteurs du champ politique (n=10)     | Député national (n=5) ; Sénateur (n=1) ; Député européen (n=2) ; Autres (n=2)                                      |
| Acteurs du champ médiatique (n=45)    | Journalistes (n=20) ; Direction/rédaction en chef (n=22) ; Autres statuts (n=3)                                    |
| Acteurs du champ universitaire (n=28) | Doctorant, docteur, chargé de cours (n=3) ; MCF (n=8) ; Professeur (n=13) ; Professeur émérite (n=4)               |
| Autres (n=17)                         | Juriste (n=5) ; Entrepreneurs, communication (n=7) ; ONG, think tanks (n=3) ; Organisations professionnelles (n=2) |

FIGURE 6 – LES ACTEURS IMPLIQUÉS DANS L'ACTION CONTRE LE PHÉNOMÈNE – INVITÉS « TÉMOIGNAGE » (N=60)

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| Acteurs du champ politique (n=9)     | Député national (n=3) ; Sénateur (n=1) ; Ministre/secrétaire d'État (n=3) ; Commission européenne (n=2)   |
| Acteurs du champ médiatique (n=23)   | Médias des journalistes fact-checkeurs (rubrique) (n=8) ; Médias des journalistes participant à des dispositifs collectifs de fact-checking (n=6) ; Médias des journalistes présentant leur travail <i>en soi</i> comme des dispositifs de lutte contre les <i>fake news</i> (n=8) ; Autres (n=1) |
| Acteurs du champ universitaire (n=5) | Projet de recherche appliqué (n=3) ; Réalisation d'un ouvrage ou d'un événement didactique (n=2)  |
| Autres (n=23)                        | Associatif (n=8) ; Éducation aux médias (EMI) dans l'Éducation nationale (n=8) ; Entrepreneurs, initiatives du privé (n=3) ; youtubeurs (n=4)   |

<sup>45</sup> Les motifs d'invitation sont ainsi définis. **Expertise** : potentielle détention de savoirs spécialisés sur l'une des thématiques associées à la question des *fake news* ; **témoignage** : lien ou participation à l'un des dispositifs développés pour lutter contre les *fake news* : projet d'éducation aux médias, dispositif de *fact-checking*, implication dans la loi « contre la manipulation de l'information », etc. ; éditorialisme : invité présent sur un plateau (plutôt télé que radio), appelé tour à tour à commenter différents points d'actualité, sans expertise particulière sur le sujet ; **illustration** : personne interviewée à distance dans le cadre d'un reportage présenté sur le plateau, pour incarner le problème (interviews d'acteurs revendiquant de tenir un site de *fake news*, et invité à se justifier à ce propos) ; **fortuit** : personne invitée sur un plateau pour une raison tout autre, et amenée à commenter le sujet qui a suivi le sien.

<sup>46</sup> Du fait d'un choix de codage de réduire une émission à une ligne, et d'y « écraser » les différentes paroles de différents invités qui peuvent y participer, il n'est pas possible de quantifier ou d'objectiver le lien entre la présence d'invités particuliers et le développement d'un argument précis. Néanmoins, il reste possible d'étudier la composition du corpus d'invités en tant que tel.



L'hypothèse d'une surreprésentation des sciences cognitives dans les disciplines présentes dans le corpus n'est pas confirmée par ces données. Il faut néanmoins rappeler que les tableaux ci-dessus présentent les invités, et non le nombre d'invitations. Or, lorsque l'on s'intéresse aux 34 polyinvités, répartis dans 186 émissions, l'impression est tout autre. Les acteurs invités deux ou trois fois correspondent à des profils pouvant être relativement habitués aux invitations dans l'espace médiatique, et nous renvoient à l'hypothèse de l'influence des capitaux culturel et social des responsables de programmation dans les choix d'invités (Ruffio, 2020). Trois acteurs ont été invités plus de quatre fois, sur un corpus relativement restreint : Gerald Bronner, « professeur de sociologie à l'Université Paris Diderot » (six fois), Samuel Laurent, « responsable des Décodateurs », (neuf fois) et Thomas Huchon, « journaliste au site *Spicee*, spécialiste de la désinformation<sup>47</sup> » (neuf fois).

Ces trois acteurs constituent un trio de tête paradigmatique, à plusieurs titres. Tout d'abord parce qu'ils incarnent chacun un pôle précis de la lutte contre les *fake news*, le premier au titre de sa légitimité universitaire et de son statut d'expert sur ce sujet ; le deuxième au titre de son rôle de responsable de la rubrique de *fact-checking* d'un média de référence de l'espace médiatique français, *Le Monde* ; et le troisième, qui a un statut de journaliste, mais dont l'invitation est très souvent liée à son initiative *Conspi Hunter*<sup>48</sup> qui le mène à réaliser de très nombreuses interventions dans le cadre scolaire. On trouve dans ce trio de tête certains des experts sollicités par le ministère de l'Éducation nationale dès janvier 2015 pour objectiver l'adhésion supposée des élèves aux théories du complot à la suite des attentats de janvier 2015, et accompagner les politiques développées par l'institution (Haderbache, 2018). Le point culminant de leur intervention dans la constitution de l'action publique de lutte contre les *fake news* se trouve dans la mise en place en septembre 2021 de la commission « Les Lumières à l'ère du numérique », présidée par G. Bronner, et par laquelle T. Huchon a été auditionné. Ces trois acteurs, qui cumulent à eux trois 24 invitations, vont développer une combinaison entre deux approches : une explication technique (si les jeunes croient aux théories du complot, c'est par méconnaissance des évolutions du circuit de production d'une information) et une explication psychologique (si les jeunes croient aux théories du complot, c'est parce que leurs situations de dissonance cognitive les mènent à céder à des biais cognitifs). Cette dernière explication renvoie de manière récurrente à l'âge des élèves, et à l'idée selon laquelle l'adolescence serait une période particulière, notamment marquée par une vulnérabilité à l'influence. Ainsi lorsque T. Huchon s'exclame lors d'une émission : « Moi, à 16 ans, j'étais anarchiste : eh bah c'est pareil<sup>49</sup> ! »

<sup>47</sup> Ces présentations de leurs statuts respectifs sont directement tirées des émissions, bien qu'elles varient souvent dans leurs formulations.

<sup>48</sup> *Conspi Hunter* est un projet porté par le média *Spicee*, et notamment par l'un de ses journalistes Thomas Huchon, de « série documentaire de déconstruction des théories complotistes, des *fake news* et de la désinformation ». Il a entre autres consisté en la création d'un faux documentaire complotiste, affirmant que le sida aurait été inventé par la CIA, afin « d'éveiller aux mécanismes de la pensée complotiste ».

<sup>49</sup> *Grand bien vous fasse*, France Inter, 5 septembre 2018.

On comprend dès lors mieux l'imposition d'un cadrage individualisant, proposant une explication mécanique et causale au phénomène.

Plus largement, l'analyse du corpus d'invités nous aide à surmonter, au moins partiellement, l'illusion d'une panique morale sans entrepreneurs de causes. La discussion sur les *fake news* ne relève certes pas d'une croisade orchestrée par des groupes de pression structurés et identifiables ; en revanche, le « succès social » de ce mot (Neveu, 2020) peut ici s'expliquer par le fait que les différentes typologies d'acteurs qui y participent y ont un intérêt, dans le cadre d'une lutte politique et symbolique : « le concept de *fake news* arrange, journalistes comme politiques » (Troude-Chastenet, 2018). Ainsi, les invités (expertise ou témoignage) se répartissent ainsi : 49 % viennent du champ médiatique, 21 % viennent du champ universitaire, 12 % viennent du champ politique, et 24 % d'autres champs (essentiellement associatif ou privé). En définitive, il semble à première vue que ce soient d'une part les journalistes, et d'autre part les élites « intellectuelles » qui aient joué ce rôle moteur d'amplification et de montée en généralité. Ils sont les « entrepreneurs de réalité » (Jenkins, 2009) qui accompagnent et soutiennent de leur autorité les entrepreneurs de morale. Les « *claims-makers* » de ce sujet semblent d'autant plus « invisibles » que la discussion est présentée comme une nécessité évidente par les acteurs journalistiques qui programment les émissions sur les *fake news*. Dès lors, on peut établir que ce sont justement ces derniers qui constituent les premiers entrepreneurs de cause concernant les *fake news*, suivis de près par ceux qui répondent à leurs invitations.

L'identification d'une partie de ces entrepreneurs de cause, ici incarnés par les experts médiatiques invités à fournir des explications au phénomène dans l'espace public, nous permet donc de mieux comprendre les cadrages et définitions proposées pour évoquer les *fake news*. Mais, plus largement, elle renvoie aussi aux effets de l'importation de concepts scientifiques dans des espaces médiatiques : ainsi, des notions ou des modèles théoriques venant d'espaces académiques très différents vont être mobilisés, voire accumulés sans distinction, et alimenter des approches appliquées. La forte récurrence du terme de « biais cognitif », évoqué plus haut, et l'approche rationaliste qu'il implique, se comprend donc mieux à la lumière des appartenances disciplinaires, voire professionnelles, des acteurs de ce débat. De la même manière, le modèle du « désordre informationnel » de Claire Wardle (2017), incarné dans le corpus par l'imputation de responsabilité aux « évolutions d'Internet », va pouvoir être repris par des acteurs du journalisme et de l'éducation aux médias pour lier le problème des *fake news* aux plateformes numériques plutôt qu'aux médias traditionnels.

### **Conclusion : Un problème médiatique, par les médias, pour les médias ?**

Le concept de panique morale rend donc possible une analyse proprement sociologique du débat public autour des *fake news*, en France depuis 2016, aussi bien au niveau de son contenu que des acteurs en jeu. Si les analyses développées jusqu'ici avec ce cadre

théorique portaient la focale sur le processus de revendication et ses acteurs, il semble possible de centrer la réflexion, au contraire, sur le contenu du discours et les logiques de constitution d'une trame narrative récurrente. Ce faisant, on peut observer la centralité du rôle des médias dans ces processus, point déjà souligné par Stanley Cohen (2002 [1972]), pour qui la presse n'était pas simplement un élément d'objectivation attestant de la visibilité sociale d'un enjeu, mais un acteur central dans son émergence et sa constitution, par le surdimensionnement des faits, les montées en généralité, la thématisation d'une crise morale, ou la création de figures repoussoirs (Neveu, 2011 [1999]).

Cette valorisation de la dimension médiatique est fondamentale ici, parce que c'est précisément là que se développe la préoccupation, permettant dans une partie des émissions le développement d'une position corporatiste forte de la part des journalistes, invités par d'autres journalistes à s'exprimer sur le sujet des *fake news*, liant la discussion à la défiance envers les médias traditionnels. Différents registres philosophiques ou politiques sont exploités pour expliquer le phénomène, et ainsi présenter les journalistes professionnels non comme problème mais comme solution. Ainsi lorsqu'il est dit en émission que « la meilleure manière de lutter contre les *fake news*, c'est d'avoir des rédactions fortes et puissantes<sup>50</sup> », ou que « les citoyens sont avec les journalistes comme avec leurs parents : le plus souvent, ils aiment leur démocratie médiatique, mais parfois ils sont un peu ingrats, et il faut l'accepter en tant que parents<sup>51</sup> ». Mobiliser le concept de panique morale pour discuter des *fake news* permet également de comprendre les types d'action publique qui seront déclenchés à la suite de ce débat. En effet, ce concept permet en outre de répondre, en creux, aux fréquentes accusations de relativisme portées à l'encontre des approches constructivistes de l'étude des controverses ou des débats publics. Que circulent aujourd'hui, en ligne notamment, quantité de contenus faux ou douteux ; que différents États, libéraux ou illibéraux, utilisent aujourd'hui des outils de propagande et de déstabilisation par l'information ; que le discours dominant peine et ait peine à expliquer les mouvements sociaux et succès électoraux qualifiés de « populistes » des dernières années, tout cela n'est pas ici remis en question, ou même discuté. Par ailleurs, on ne peut ici poser l'existence d'un lien mécanique entre la nature du débat public qui construit le problème et celle de l'action publique qui aspire à le résoudre : seule une analyse approfondie des « effets d'information » (Gerstlé, 2001) permettrait de saisir la nature de ce lien, et les autres facteurs à prendre en compte. Cela n'empêche pas que l'analyse de ce débat public soit pertinente à étudier, ni qu'il ait eu des effets. Rubriques de *fact-checking*, loi anti-*fake news*, dispositifs algorithmiques, éducation aux médias : comment ignorer l'influence du postulat de crédulité des masses sur le développement progressif d'un arsenal de mesures développées ces dernières années, essentiellement fondées sur le consensus d'une nécessité de régulation des réseaux sociaux ?

<sup>50</sup> 12h, l'heure H, BFM Radio, 6 juin 2018.

<sup>51</sup> La matinale Week-end, LCI, 17 mars 2018.

## Bibliographie

- AUDUREAU W. (2017), « Pourquoi il faut arrêter de parler de “fake news” », *Le Monde*, 31 janvier. En ligne. URL : [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/31/pourquoi-il-faut-arreter-de-parler-de-fake-news\\_5072404\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/31/pourquoi-il-faut-arreter-de-parler-de-fake-news_5072404_4355770.html).
- ALDRIN P., HUBÉ N. (2017), *Introduction à la communication politique*, Louvain-la-Neuve, De Boeck supérieur.
- ALDRIN P. (2005), *Sociologie politique des rumeurs*, Paris, Presses universitaires de France.
- ALLCOTT H., GENTZKOW M. (2017), « Social Media and Fake News in the 2016 Election », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 31, n° 2, p. 211-36.
- BALLAND L., BERJAUD C., ZAMBRANO S.-V. (2015), « Présentation du dossier. Les ancrages sociaux de la réception », *Politiques de communication*, n° 4, p. 5-7.
- BARBE L., DOUTREIX M.-N. (2019), « Légitimer et disqualifier : les Fake News saisies comme opportunité de normalisation du champ journalistique », *Études de communication*, vol. 53, n° 2, p. 49-66.
- BERRICHE M., ALTAY S. (2020), « Internet users engage more with phatic posts than with health misinformation on Facebook », *Palgrave Communications*, vol. 6, n° 1, p. 1-9.
- BERRICHE M., DO S., TAINTURIER B. (2020), « Consentir et critiquer. Les réactions sur Twitter face à la crise de la Covid-19 en France », in M. LAZAR, G. PLANTIN, X. RAGOT, *Le monde d'aujourd'hui*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 223-240.
- BOYADJIAN J. (2020), « Désinformation, non-information ou surinformation ? Les logiques d'exposition à l'actualité en milieux étudiants », *Réseaux*, n° 222, p. 21-52.
- BUCKINGHAM D. (2010), *La mort de l'enfance. Grandir à l'âge des médias*, Paris, Armand Colin.
- CARDON D. (2019a), « Pourquoi avons-nous si peur des fake news ? (1/2) et (2/2) », AOC. En ligne. URL : <https://aoc.media/analyse/2019/06/20/pourquoi-avons-nous-si-peur-des-fake-news-1-2/> ; <https://aoc.media/analyse/2019/06/21/pourquoi-avons-nous-si-peur-des-fake-news-2-2/>.
- CARDON D. (2019b), « Fake news panic : les nouveaux circuits de l'information », in D. CARDON (dir.), *Culture numérique*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 261-276.
- CHAMPAGNE P. (2016), *La double dépendance. Sur le journalisme*, Paris, Raisons d'agir.
- CHAMPAGNE P. (2000), « L'affaire de la “vache folle” (ESB) : les nouveaux risques de santé publique et leur gestion », in A. GARRIGOU (dir.), *La santé dans tous ses états*, Biarritz, Atlantica, p. 271-284.
- CHAUMONT J.-M. (2012), « Présentation. Entre paniques et croisades : sociologues et *claims-makers* », *Recherches sociologiques et anthropologiques*, vol. 43, n° 1, p. 1-13.
- COHEN S. (2002 [1972]), *Folk Devils and Moral Panics. The Creation of the Mods and Rockers*, New York, Routledge.

- COLLOVALD A. (2019), « Le populisme comme stigmatisation », in F. COPERNIC (dir.), *Manuel indocile de sciences sociales. Pour des savoirs résistants*, Paris, La Découverte, p. 429-433.
- DALPHIN F. (2019), « Les Fake News au prisme des théories sur les rumeurs et la propagande », *Études de communication*, n° 53, p. 15-32. En ligne, mis en ligne le 1<sup>er</sup> janvier 2020, consulté le 20 avril 2020. URL : [https://journals-openedition-org.ezpaarse.univ-paris1.fr/edc/9132#xd\\_co\\_f=NzdjNzA5YTYtMDAyS00ZWJlLWewZjUtN2ZlMTQwMmE2ZDAz~](https://journals-openedition-org.ezpaarse.univ-paris1.fr/edc/9132#xd_co_f=NzdjNzA5YTYtMDAyS00ZWJlLWewZjUtN2ZlMTQwMmE2ZDAz~).
- DROTNER K. (1999), « Dangerous media? Panic discourse and Dilemmas of Modernity », *Paedagogica Historica, International Journal of the History of Education*, vol. 35, p. 593-619.
- EGELHOFFER J. L., LECHERER S. (2019), « Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda », *Annals of the International Communication Association*, vol. 43, n° 2, p. 1-20.
- FERGUSON C. (2007), « The Good, The Bad and the Ugly: A Meta-analytic Review of Positive and Negative Effects of Violent Video Games », *Psychiatric Quarterly*, vol. 78, n° 4, p. 309-316.
- FARKAS J., SCHOU J. (2018), « Fake news as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood », *Javnost – The Public*, vol. 25, n° 3, p. 298-314.
- FLORÉA M.-L., RABATEL A. (2011) (dir.), « Évoquer la mort [numéro thématique] », *Questions de communication*, n° 20.
- FROISSART P. (2002), *La rumeur, Histoire et fantasmes*, Paris, Belin.
- FUBINI A. (2017), *Fake news. Analisi del fenomeno tra misinformation, disinformazione, entertainment e propaganda*, thèse de doctorat, Turin, Università degli Studi di Torino.
- GAMSON W., MODIGLIANI A. (1989), « Media discourse and public opinion on nuclear power. A constructionist approach », *American Journal of Sociology*, vol. 95, n° 1, p. 1-38.
- GERSTLÉ J. (2001), « Introduction. Les effets d'information. Émergence et portée », in J. GERSTLÉ (dir.), *Les effets d'information en politique*, Paris, L'Harmattan, p. 1-18.
- GRIGNON C., PASSERON J.-C. (1989), *Le Savant et le populaire. Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, Seuil.
- HADERBACHE S. (2018), « Une politique publique sous tension. La lutte de l'Éducation nationale contre les théories du complot. Note de recherche », *Éducation et sociétés*, vol. 41, n° 1, p. 169-176.
- HALL S., HORTON, J. et al. (1979), *Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order*, Londres, MacMillan.
- HÉRAN F. (1991), « Pour en finir avec sociétal », *Revue française de sociologie*, vol. 32, n° 4, p. 15-621.

- HEWITT J., HALL P. (1973), « Social Problems, Problematic Situations, and Quasi-Theories », *American Sociological Review*, vol. 38, n° 3, p. 367-374.
- IYENGAR S. (1991), *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*, Chicago, The University of Chicago Press.
- IYENGAR S., SCHEUFELE D.A. (2014), « The state of framing research: A call for new directions », in K. KENSKI, H. JAMIESON (dir.), *The Oxford Handbook of Political Communication*, New York, Oxford University Press, p. 1-26.
- JAUBERT E., DOLBEAU-BANDIN C. (2020), « Infox et Coronavirus Covid-19 : une relative contagiosité ? », *Le carnet de la MRSH, Crises sanitaires et environnementales*.
- JENKINS P. (2009), « Failure to Launch. Why Do Some Social Issues Fail to Detonate Moral Panics? », *British Journal of Criminology*, vol. 49, n° 1, p. 35-47.
- KAPANTAI E., CHRISTOPOULOU A., BERBERIDIS C., PERISTERAS V. (2020), « A systematic literature review on disinformation: Toward a unified taxonomical framework », *New Media & Society*, vol. 23, n° 5, p. 1301-1326.
- LASSWELL H. D. (1938 [1927]), *Propaganda technique in the World War*, New York, Peter Smith.
- LE BON G. (1983 [1895]), *Psychologie des foules*, Paris, Presses universitaires de France.
- LE GRIGNOU B., NEVEU E. (2012), « *Le Jeu de la mort*, suite et fin : “Tout est bien qui finit bien” ? », *Questions de communication*, n° 22, p. 181-196.
- LHERAULT M. (2015), « Quelles ambitions pour l’audiovisuel public français ? », *La revue des médias*, INA. En ligne. URL : <https://larevuedesmedias.ina.fr/quelles-ambitions-pour-laudiovisuel-public-francais>.
- MARCHETTI D. (1997), *Contribution à une sociologie des transformations du champ journalistique dans les années 80 et 90. À propos d’« événements sida » et du « scandale du sang contaminé »*, thèse de doctorat de sociologie, Paris, École des hautes études en sciences sociales.
- MATHIEU L. (2015), « L’ambiguïté sociale des paniques morales », *Sens-Dessous*, vol. 15, n° 1, p. 5-13.
- MAUCO O. (2008), « La médiatisation des problématiques de la violence et de l’addiction aux jeux vidéo », *Quaderni*, vol. 3, n° 3, p. 19-31.
- MCCOMBS M., SHAW D. (1972), « The Agenda-Setting Function of Mass Media », *The Public Opinion Quarterly*, vol. 36, n° 2, p. 176-187.
- MICHEL P. (2017), « Post-vérité et fake news : fausses vérités et points aveugles », *Acrimed*. En ligne. URL : <https://www.acrimed.org/Post-verite-et-fake-news-fausses-clartes-et>.
- MORIN E. (1969), *La rumeur d’Orléans*, Paris, Seuil.

- MONNIER A. (2018a), « Le discours médiatique français sur les *fake news* », in A. MERCIER, *Fake news et post-vérité : 20 textes pour comprendre et combattre la menace*, The Conversation France/CREM/Université de Lorraine. En ligne. URL : [https://cdn.theconversation.com/static\\_files/files/160/The\\_Conversation\\_ebook\\_fake\\_news\\_DEF.pdf?1528388210](https://cdn.theconversation.com/static_files/files/160/The_Conversation_ebook_fake_news_DEF.pdf?1528388210).
- MONNIER A. (2018b), « Narratives of the Fake News Debate in France », *The IAFOR journal of arts & humanities*, vol. 5, n° 2, p. 3-22.
- MURDOCK G. (1997), « Reservoirs of Dogma: an Archaeology of Popular Anxieties », in M. BARKER, J. PETLEY, *Ill Effects. The Media/Violence Debate*, Londres/New York, Routledge, p. 67-86.
- NEVEU E. (1995), « Les émissions politiques à la télévision : Les années quatre-vingt ou les impasses du spectacle politique », *Hermès, La Revue*, vol. 3, n° 3-4, p. 145-162.
- NEVEU E. (1999), « Médias, mouvements sociaux, espaces publics », *Réseaux*, vol. 17, n° 98, p. 17-85.
- NEVEU E. (2011 [1999]), « L'approche constructiviste des "problèmes publics". Un aperçu des travaux anglo-saxons », *Études de communication*, n° 22. En ligne. URL : <https://journals-openedition-org.ezpaarse.univ-paris1.fr/edc/2342>
- NEVEU E. (2015), *Sociologie politique des problèmes publics*, Paris, Armand Colin (« Collection U »).
- NEVEU E. (2020), *Une société de communication* (6<sup>e</sup> édition), Paris, LGDJ Lextenso (« Clefs »).
- PARISER E. (2011), *The Filter Bubble: What the Internet is hiding from you*, Londres, Penguin.
- PASQUIER D. (2018), *L'Internet des familles modestes. Enquête dans la France rurale*, Paris, Presses des Mines.
- PÉLISSIER N., CHAUDY S. (2009). « Le journalisme participatif et citoyen sur internet : un populisme dans l'air du temps ? », *Quaderni*, n° 70, p. 89-102.
- RAPP D. (2002), « Sex in the Cinema: War, Moral Panic, and the British Film Industry, 1906-1918 », *Albion: A Quarterly Journal Concerned with British Studies*, vol. 34, n° 3, p. 422-451.
- REBILLARD F. (2017), « La rumeur du *Pizzagate* durant la présidentielle de 2016 aux États-Unis. Les appuis documentaires du numérique et de l'Internet à l'agitation politique », *Réseaux*, vol. 202-203, n° 2-3, p. 273-310.
- RUFFIO C. (2020). « Les petites mains des "grands" débatteurs : La programmation des universitaires en sciences humaines et sociales sur les plateaux de *C dans l'air* et de *Ce soir (ou jamais !)* », *Questions de communication*, vol. 37, n° 1, p. 317-334.
- SEDEL J. (2009), « La contribution des sociologues à l'existence d'un débat public sur "l'insécurité" », *Savoir/Agir*, n° 9, p. 41-52.
- SIGHELE S. (1891), *La foule criminelle : essai de psychologie collective*, Paris, Félix Alcan.



- SPRINGHALL J. (1998), *Youth, Popular Culture and Moral Panics: Penny Gaffs to Gangsta-rap, 1830-1996*, New York, St. Martin's Press.
- TANDOC JR. E.C., LIM Z.W., LING R. (2018), « Defining "Fake News" », *Digital Journalism*, vol. 6, n° 2, p. 137-153.
- TCHAKHOTINE S. (1939), *Le viol des foules par la propagande politique*, Paris, Gallimard.
- TRÉDAN O. (2007), « Le "journalisme citoyen" en ligne : un public réifié ? », *Hermès*, vol. 47, n° 1, p. 115-122.
- TROUDE-CHASTENET P. (2018), « Fake news et post-vérité. De l'extension de la propagande au Royaume-Uni, aux États-Unis et en France », *Quaderni*, vol. 96, n° 2, p. 87-101.
- WIBRIN A.-L. (2012), « La construction sociale de médias dangereux pour la jeunesse. Des paniques morales aux quasi-théories », *Recherches sociologiques et anthropologiques*, vol. 43, n° 1, p. 79-96.
- WADDINGTON P. A. J. (1986), « Mugging as a Moral Panic: A Question of Proportion », *The British Journal of Sociology*, vol. 37, n° 2, p. 245-259.
- WARDLE C., DERAKHSHAN H. (2017), *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Rapport du Conseil de l'Europe, DGI(2017)09, Strasbourg, Conseil de l'Europe.

## Annexe

FIGURE 7 : LISTE DES ÉLÉMENTS PRÉSENTÉS COMME ILLUSTRANT  
LE PHÉNOMÈNE DE *FAKE NEWS* DANS LES ÉMISSIONS

**Faits relevant de théories du complot « historiques » (30) :** on n'a jamais marché sur la Lune (5 occurrences) ; l'attentat du 11 septembre était un complot organisé par la CIA (8 occurrences) ; Lady Di a été assassinée ; J. F. Kennedy a été assassiné par la CIA ; la Terre est plate (4 occurrences) ; existence d'un Nouvel Ordre mondial ; existence de Reptiliens (2 occurrences) ; existence d'Illuminatis (2 occurrences) ; adhésion au créationnisme ; le sida a été créé en laboratoire (4 occurrences) ; les chemtrails.

**Faits relevant de théories du complot récentes (16) :** les attentats de janvier 2015 étaient un coup monté (3 occurrences) ; existence du Grand Remplacement (3 occurrences) ; nocivité des vaccins, pouvant causer l'autisme (8 occurrences) ; l'attentat de Strasbourg aurait été un coup monté pour détourner de l'attention des Gilets jaunes (2 occurrences).

**Informations d'origine parodique (11) :** A. Juppé et F. Fillon renommés Ali Juppé et Farid Fillon sur les réseaux sociaux (3 occurrences) ; E. Macron se lave les mains après avoir touché un ouvrier (3 occurrences) ; dormir sur le côté gauche protégerait du cancer ; une attaque de martiens a eu lieu en direct à la radio en 1938 (3 occurrences) ; réalité du syndrome du *penis captivus*.

**Informations ayant circulé, vérifiées et établies comme fausses (57) :** existence de comptes à l'étranger d'E. Macron/MacronLeaks (8 occurrences) ; une ministre italienne participe aux funérailles d'un mafieux, Toto Riina ; E. Macron est homosexuel (3 occurrences) ; J.-L. Mélenchon possède une Rolex à 50 000 euros (2 occurrences) ; la campagne d'E. Macron est financée par Al-Qaida ; la campagne d'E. Macron est financée par l'Arabie saoudite (2 occurrences) ; les célibataires français de moins de 30 ans vont devoir accueillir un migrant chez eux (2 occurrences) ; une infirmière a interverti 9000 bébés à la naissance ; agression d'un prêtre à Avignon ; M. Le Pen proposait d'augmenter le SMIC ; un adolescent aurait découvert une cité maya ; Eduardo Martins n'est pas un vrai reporter de guerre ; Fernando Haddad enseignait l'homosexualité au Brésil ; une femme Gilet jaune aurait été tuée par la police ; le Pape soutient D. Trump (3 occurrences) ; Malia Obama fume de la marijuana ; les Clinton tiennent un réseau pédophile, aussi appelé « Pizzagate » (4 occurrences) ; un migrant urine sur une église ; le Brexit permettrait à la NHS de récupérer 350 millions de pounds par semaine (2 occurrences) ; en Seine-Saint-Denis, des Roms enlèvent des enfants ; un étudiant a été tué lors de l'évacuation du centre Tolbiac ; le traité d'Aix-la-Chapelle vend la France à l'ONU (2 occurrences) ; des hélicoptères ont lâché des grenades sur des Gilets jaunes ; le graphique montré à la télévision par M. Le Pen ; la foule présente au discours d'intronisation de Trump était plus conséquente que celle présente pour Barack Obama ; le traité de Marrakech vise à orchestrer une « invasion migratoire » de grande ampleur ; B. Obama est né Kenyan (2 occurrences) ; il y a eu des émeutes de réfugiés lors

du réveillon à Dortmund ; l'aéroport de Miami a été inondé lors de l'ouragan Irma ; les procès de Moscou ; Christiane Taubira est rémunérée des centaines de milliers d'euros ; l'identité du responsable de la tuerie de Las Vegas ; on trouve de la viande humaine dans les burgers ; une maison close zoophile a ouvert au Danemark ; un groupe de 30 femmes voilées intégralement auraient fait la queue à la CAF ; les vidéos qui auraient été produites par Cambridge Analytica lors des présidentielles kenyanes ; circulation de fausses images lors de l'attentat de Bruxelles.

**Informations ayant circulé, vérifiées et établies comme vraies (8) :** affaire Fillon (2 occurrences) ; la réalité du réchauffement climatique ; les industries du tabac ont produit de la désinformation sur la nocivité du produit ; l'existence de Mazarine Pingeot, la fille cachée de François Mitterrand ; l'emploi d'armes chimiques pendant la guerre civile syrienne ; les récits des témoins d'exactions supposées au Koweït durant la guerre du Golfe (affaire des couveuses à bébés).

**Informations ayant été relayées pendant un temps comme vraies, puis vérifiées comme fausses (10) :** « armes de destructions massives en Irak » (4 occurrences) ; « Le bar de Sevrans montré par France 2 était interdit aux femmes » ; l'affaire du charnier de Timisoara (2 occurrences) ; véracité d'un attentat fictif en Suède (3 occurrences).

**Informations ayant circulé, invérifiables ou non vérifiées en l'état (3) :** existence d'un cabinet noir à l'Élysée ; organisation d'un complot contre F. Fillon par l'Élysée lui-même ; la France subit des nuages de pollution venus d'Allemagne du fait de ses usines à charbon.

**Informations qui sont en réalité une opinion (3) :** « la France serait un pays libéral, alors que c'est l'un des plus socialistes au monde » ; « il fallait voter non au TCE de 2005 » ; « les discours de Trump ».