HAL
open science

L'émergence de la vérification des faits ou fact-checking, et son expérimentation du futur

Clément Pons

To cite this version:

Clément Pons. L'émergence de la vérification des faits ou fact-checking, et son expérimentation du futur. Sciences de l'information et de la communication. 2015. dumas-01199305

HAL Id: dumas-01199305

https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01199305

Submitted on 15 Sep 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Université Stendhal Grenoble 3 - UFR LLASIC - Département Journalisme

Clément PONS

Mémoire de Master professionnel Journalisme

« L'émergence de la vérification des faits, ou "fact-checking", et son expérimentation du futur »

Sous la direction de Mlle Chloë Salles

Année universitaire 2014-2015

« L'émergence de la vérification des faits, ou "fact-checking", et son expérimentation du futur »

Résumé :

Outil journalistique à la mode, la technique de vérification des faits, ou « fact-checking », tire ses racines des bases mêmes de la profession de journaliste. Vérifier, c'est s'assurer la transmission d'une information authentique, fiable, sourcée. Aujourd'hui, cette règle d'or fait l'objet d'une spécialisation, incarnée par ceux qu'on appelle les « fact-checkers ». Ces derniers ne cessent de renouveler leur pratique, particulièrement mouvante due notamment à l'importance de plus en plus forte du datajournalisme. Et déjà, le « fact-checking » fait l'objet de réflexions et de premières expériences sur son automatisation. Algorithmes et robots-journalistes tentent de redessiner l'avenir de la pratique. Trois temporalités – passé, présent et futur – qui permettent d'appréhender les enjeux d'une technique indissociable du journalisme en ligne.

Mots-clés :

Fact-checking – vérification – faits – journalisme en ligne – crédibilité – outil – algorithmes – automatisation – datajournalisme – journaliste – informationnalisation – données – chiffres – politiques – journalisme hacker – collaboration

Remerciements

Je tiens à remercier ma tutrice, Chloë Salles, de m'avoir accompagné et guidé sur mon mémoire malgré des pistes pas toujours évidentes, ainsi que Roselyne Ringoot pour les conseils précieux qu'elle nous a donné pour réaliser ce travail. Merci également aux intervenants rencontrés à Metz lors des Assises du journalisme (Alice Antheaume, Basile Simon, Sylvain Parasie) ou plus récemment à l'European Lab (Alexandre Léchenet, Anne-Lise Bouyer, Fabrice Arfi, Mathilde Aglietta). Je ne pensais pas que mes prises de notes ou nos discussions puissent m'être finalement aussi utiles.

Aussi, je ne peux pas ne pas avoir une pensée particulière pour tous mes camarades de promotion, avec qui j'ai passé deux très belles années. Ce mémoire de fin d'étude vient conclure cette aventure riche en émotions, en même temps qu'il met fin à mon parcours scolaire.

Sommaire

Introduction

I) Le « fact-checking » et les facteurs ayant permis son émergence

1) Evolutions technologiques et sociétales
   - *Un outil journalistique « made in USA »*
2) Un journalisme critiqué, à la recherche d'une nouvelle crédibilité
   - *De l'écrivain au « vautour » chercheur de scoops*

II) Information en ligne et vérification des faits

1) Les étapes de la production de l'information en ligne
   - *Der Spiegel, ce maître du « fact-checking »*
   - *Les limites et les défis de la technique de vérification des faits*
2) Le « nouveau fact-checking » de la rubrique des Décodeurs du site lemonde.fr
   - *L'organigramme des Décodeurs*

III) Une fonction de vérification en pleine mutation

1) « Fact-checking » et datajournalisme
   - *Données, journalisme et statistique*
2) Algorithmes et robots à la conquête de la vérification des faits
   - *Quelques initiatives mêlant journalistes et robots*

Conclusion

Annexes

Introduction

Vérifier des faits. Depuis l'établissement d'une charte d'éthique professionnelle en 1918, ces trois mots sont devenus une des pierres angulaires du métier de journaliste. *« Un journaliste digne de ce nom tient l'esprit critique, la véracité, l'exactitude, l'intégrité, l'équité, l'impartialité, pour les piliers de l'action journalistique ; tient l'accusation sans preuve, l'intention de nuire, l'altération des documents, la déformation des faits, le détournement d'images, le mensonge, la manipulation, la censure et l'autocensure,* ***la non vérification des faits****, pour les plus graves dérives professionnelles ; exerce la plus grande vigilance avant de diffuser des informations d'où qu'elles viennent. »*[1]
Ce travail de vérification des faits est à la base du développement de la production journalistique. Grâce à lui, le journaliste va pouvoir publier des informations et les mettre à disposition des citoyens, qu'ils soient lecteurs, téléspectateurs, auditeurs et, surtout aujourd'hui, internautes.

L'extrait susnommé permet de relier une grande partie des composantes de l'activité journalistique sous le prisme de la vérification des faits. La véracité, l'exactitude ou l'intégrité ne sont respectées qu'à partir du moment où la base est solide, c'est-à-dire lorsque les faits sont solidement vérifiés. De même, la diffusion des informations n'est pas un problème tant que les sources sont clairement identifiées, les témoignages diversifiés, recoupés. Tout ce travail « de fond », à l'image de la préparation physique d'athlètes de haut niveau avant la compétition, contribue au bon fonctionnement de l'écosystème médiatique et à la publication d'informations de qualité.
Aujourd'hui, le journalisme, comme tant d'autres sphères, a considérablement évolué. Le numérique est venu modifier certaines pratiques, réorganiser les rédactions. Le temps est devenu une contrainte forte (Antheaume, 2013). L'impératif de traitement de l'actualité « en temps réel » pour certains médias tend à accélérer le travail de vérification des faits. Il faut publier vite, et dans ce flux continu d'informations les entorses aux « préceptes » établis par la charte d'éthique sont plus fréquentes. L'idée ici n'est pas de les ériger en modèle mais seulement de mentionner leur existence. Aucun média n'est épargné. Ce flux conduit par Internet contribue à nuancer la distinction entre les sites d'information généraux, réputés fiables, et d'autres diffusant aussi des informations mais ne répondant pas nécessairement aux standards du journalisme tels que dessinés par la charte. Il arrive même aux médias d'information établis depuis de longues années dans le paysage français et international de publier des données fausses, non-vérifiées ou incomplètes, sous la pression d'une temporalité peu importante ou d'un « buzz », terme à la mode s'il en est, dont chaque acteur va essayer de

[1] Charte d'éthique professionnelle des journalistes du syndicat national des journalistes (SNJ), 1918.

tirer profit. Le trait est volontairement grossi mais il ne sert pas moins à pointer les évolutions auxquelles doit faire face le journaliste actuellement, d'autant plus pour celui travaillant sur le web.

Depuis quelques temps, certains professionnels ont fait du travail de vérification des faits une pratique à part entière : « le fact-checking ». Empruntant aux techniques du journalisme de presse ou encore au journalisme d'investigation, il s'est développé au début des années 1990 en même temps que les nouvelles technologies de l'information et de la communication pointaient le bout de leurs nez. Pour dresser une définition qui soit la plus globale possible, le « fact-checking » consiste à analyser textes, discours ou encore annonces de manière précise en cherchant à signaler, s'il y a lieu, les erreurs pouvant s'y trouver. La sphère politique est naturellement la première concernée, mais pas la seule. De plus en plus, les paroles d'experts ou des partenaires sociaux sont elles aussi passées au crible. Popularisée en 2009 par la remise du prix Pulitzer au site américain PolitiFact (qui a examiné plus de 700 déclarations des candidats à la Maison Blanche lors de l'élection présidentielle de 2008), la technique de vérification des faits s'est considérablement développée en Europe ces cinq dernières années. L'an passé, FactCheck EU devenait la première plate-forme collaborative européenne consacrée à la pratique, cherchant à démêler le vrai du faux des paroles des eurodéputés.

Plusieurs éléments ont permis cette propagation de la vérification : l'accès à des moteurs de recherche de plus en plus performants mais aussi la progression du mouvement « open data » - consistant, pour des entreprises privées ou des collectivités publiques, à libérer des données afin de les rendre accessibles à tous – sont ainsi particulièrement importants. Si le « fact-checking » n'est pas rendu mécanique et obligatoire par le biais de ces évolutions, il est cependant grandement facilité. Les réseaux sociaux, notamment Twitter, ont aussi contribué à développer cette technique de vérification des faits en instantané. Au point qu'elle soit désormais perçue comme évidente.

Pourtant, elle ne l'est pas. Dans la majorité des ouvrages s'intéressant à l'évolution des pratiques journalistiques, le « fact-checking » n'est quasiment jamais contextualisé. Au mieux, il est inscrit dans un processus de transformation de la profession induit par le numérique, dont on saisit vaguement le sens. Il fait partie de cette grande phase d'expérimentation du journalisme, qui se rapproche de spécialistes avec des compétences propres pour renouveler la profession.

À travers ce mémoire, l'enjeu est d'interroger ce qui a pu impulser cette pratique pour qu'elle fasse l'objet de rubriques, de sites Internet voire de postes (les « fact-checkers ») à part entière dans les rédactions. Et qu'elle soit, aujourd'hui, à ce point mise en avant.

Dans un premier temps, la mise en ligne de la presse a favorisée l'accès à un nombre accru de données et d'informations. Le chercheur en sciences de l'information et de la communication

Bernard Miège parle d'un processus « d'informationnalisation »[2] et se démarque de l'appellation de « société de l'information ». Pour lui, cette approche est trop techno-déterministe et réductrice. « L'informationnalisation » est, pour lui, une *« logique sociale de la communication qui se caractérise par la circulation croissante et accélérée des flux d'information éditée ou non, autant dans la sphère privative, dans celle du travail que dans l'espace public. »*[3] Il considère les technologies de l'information et de la communication comme une innovation technique ayant contribué notamment à repenser l'activité journalistique, mais aussi comme un ancrage social, les deux sphères (technique et sociale) étant interdépendantes. Cernés par l'information, présente dans tous nos environnements (personnel et professionnel), le « fact-checking » peut s'apparenter à un mode de régulation de « l'abondance informationnelle », favorisée par Internet. En considérant que certaines informations – tronquées, fausses, inexactes, etc. – n'en sont pas, il effectue un travail d'éditorialisation censé privilégier la qualité à la quantité. Le chercheur se méfie également du Net, qui *« apparaît comme un immense réservoir de données dans lequel on peut puiser, pour l'instant, sans beaucoup de limitations, mais l'abondance n'est pas nécessairement un gage de richesse et de pertinence, et trop d'information détériore ou compromet la qualité de l'information. »*[4]

Ce besoin de vérifier les faits doit également être interrogé sous un second prisme, cette fois-ci plus pragmatique : celui d'un contexte « critique » du journalisme, dont la carte confiance est sérieusement affectée depuis de nombreuses années. Les discours sur les pratiques journalistiques, ainsi que les pratiques en elles-mêmes, tendent aussi à questionner la réhabilitation d'une profession très critiquée. Le sociologue Cyril Lémieux[5] contribue à dresser une critique du travail journalistique avec comme postulat que ce n'est pas moins l'omniprésence de la sphère médiatique dans nos sociétés actuelles qui alimente la critique de la profession, mais peut-être davantage le manque de moyens de régulation morale, qui pouvaient exister auparavant mais qui aujourd'hui paraissent insuffisants. Les reproches de tromperie, de collusion ou encore de voyeurisme ne sont pas nés récemment. Ils questionnent l'extension de l'activité journalistique, qui est à l'œuvre depuis près de deux siècles et demi. Le journaliste semble aller toujours plus loin, être doté de toujours plus de prérogatives … Au point de, parfois, passer outre le droit et la morale, qui sont deux des vecteurs légitimant en partie le pouvoir de nuisance de ces professionnels. Le capitalisme a, lui aussi, joué un rôle

---

[2] Miège B. (avril 2007), *La société conquise par la communication*, Tome 3, Presses universitaires de Grenoble.

[3] Ibid., page 66.

[4] Miège B., Becerra M. (2003), La contribution des industries de la culture, de l'information et de la communication à l'informationnalisation et à la globalisation, *Questions de communication*, entretien avec Martin Becerra, 3, pages 211-229.

[5] Lémieux C.(mars 2000), *Mauvaise presse – une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, éditions Métailié.

dans la transformation du métier de journaliste. La sphère économique, présente depuis les premiers journaux payants, s'est renforcée au fil des années. Désormais l'information, « matière » de base de tout bon journaliste, peut avoir des contours différents pouvant même aller jusqu'à la travestir : publi-reportages, « buzz » médiatique, immersion dans la vie privée, Unes tapageuses de certains journaux … Autant d'éléments considérés comme des dérives par l'opinion publique, qui en vient à douter des informations relayées par les médias. Par ailleurs l'opinion publique, comme le dit Lémieux, est un principe régulateur de l'activité journalistique. L'information est transmise aux citoyens. Ce sont eux qui font tourner les groupes de presse, les chaines de télévision ou les stations de radios. Selon cette idée, transmettre un « produit » journalistique qui ne correspondrait plus aux attentes serait dramatique. En tentant d'établir un modèle général de l'action, Cyril Lémieux inscrit la notion de « grammaire », désignant *« l'ensemble de règles à suivre pour agir d'une façon suffisamment correcte aux yeux des partenaires de l'action »*[6]. En ne respectant pas ces règles, le journaliste s'expose aux reproches. Il doit s'efforcer d'être en adéquation avec les principes de base composant cette grammaire, à savoir vérifier les faits, administrer les preuves, recouper … La pratique du « fact-checking » illustrerait donc ce retour aux sources de l'activité journalistique. Son but premier n'est pas nécessairement de redonner du crédit à une profession qui pourtant en manque tant, mais davantage, comme le dit Cyril Lémieux, de remplir une « mission civique » incombant au journaliste. Pour lui, *« beaucoup de journalistes de ce pays s'investissent encore avec fougue dans la mission civique que s'étaient reconnue les écrivains du début du XIXe siècle : former et incarner l'opinion publique éclairée - en contredisant si besoin l'opinion du plus grand nombre, de la "multitude aveugle et bruyante" »*[7]. Démêler le vrai du faux prendrait alors tout son sens.
Cédric Mathiot fait lui office de précurseur en France. Journaliste à Libération, il a créé en 2008 la première rubrique de « fact-checking », « Désintox », encore en activité aujourd'hui. En 2012, en prélude à l'élection présidentielle, il a publié un ouvrage intitulé « Petit précis des bobards de campagne », dans lequel il met en cause les mensonges de certains hommes politiques français en cherchant à rétablir des vérités. On reviendra notamment sur ce document, le seul en langue française traitant ouvertement de « fact-checking », pour éclairer une vision « citoyenne » du journalisme défendu par l'auteur.

Mais comprendre le contexte dans lequel a émergé la pratique du « fact-checking » sans analyser son contenu n'a pas de sens. En France, il existe quelques sites et plusieurs rubriques réservées à cette technique de vérification des faits, venue tout droit des Etats-Unis.
D'un blog à l'origine, « Les Décodeurs » du site lemonde.fr font désormais partie intégrante

---

[6] Ibid., page 110.

[7] Ibid., page 36.

du paysage médiatique. Créée en 2010, soit deux années après « Désintox » (Libération), la rubrique est perçue comme l'une des références du « fact-checking » en France. Les faits d'actualité, les paroles politiques ou les faits historiques sont autant d'éléments constitutifs des travaux réalisés par l'équipe des Décodeurs, dirigée par le journaliste Samuel Laurent. En observant sa construction, on s'aperçoit que des sous-rubriques (nanographix, datavisualisation, vérification, contexte, en bref) sont venues s'ajouter aux articles précédemment présentés, sur leur blog, par ordre chronologique. Ce découpage introduit une contextualisation supérieure et amène l'internaute à expérimenter, par le biais de ces dénominations relativement récentes, les composantes d'un journalisme se voulant plus ouvert et qui ne se contente plus de vérifier des données, mais aussi de les mettre en forme. Pendant plus de trois ans le blog des Décodeurs, rattaché au site du Monde, était l'expression de cette technique de vérification des faits. Mais depuis son rattachement au site en tant que rubrique à part entière au début de l'année dernière, l'offre s'est élargie. Le « fact-checking » est venu s'intégrer au journalisme de données. Le chercheur Sylvain Parasie parle de l'émergence de la figure du « journaliste hacker »[8], où passionnés d'informatique (capables de coder, d'exploiter et mettre en forme des données informatiques) et journalistes travaillent ensemble et redessinent les prérogatives du journalisme traditionnel. Ainsi, la technique de vérification des faits semble être partie prenante d'une dimension qui dépasse le journaliste et qui tend à redéfinir son rôle.

En effet, la pratique du « fact-checking » a d'ores et déjà considérablement évolué, au point de ne plus nécessairement se suffire à elle-même. Elle est à la frontière de plusieurs disciplines et requiert des compétences multiples, que ce soit pour puiser dans des bases de données, traiter des chiffres, les contextualiser, les mettre en forme … Comme l'explique Alice Antheaume, le numérique – compris ici comme synonyme de digital, c'est-à-dire applicable à nos ordinateurs – amène à repenser l'exercice de la profession. « *Être sur le Web n'est plus un objectif. Aujourd'hui, les journalistes se doivent d'exercer leur métier sur le réseau, ce qui signifie être à l'affût des nouvelles façons de vivre et de s'informer, développer des pratiques professionnelles ad hoc pour alimenter un flux continu d'informations, s'approprier de nouvelles techniques et compétences, jongler entre de multiples temporalités et supports, et s'aventurer vers d'autres terrains d'enquête.* »[9]
On tentera de voir, dans un premier temps, dans quelle perspective cette technique de vérification des faits est en pleine mutation. Comment le « fact-checker » est intégré au datajournalisme ? Que lui apporte ce rattachement ? Parmi les détracteurs d'une utilisation déviante du « fact-checking », qui considèrent que les professionnels de la technique de

[8] Dagiral E., Parasie S. (2011), Portrait du journaliste en programmeur : l'émergence d'une figure du journaliste « hacker », *Les cahiers du journalisme*, n°22-23.

[9] Antheaume A. (2013), *Le journalisme numérique*, Presses de Sciences Po.

vérification des faits confondent parfois faits et opinions, *« l'ouverture des données et le datajournalisme constituent une aide précieuse pour le « fact-checking » puisqu'il apporte des faits, des chiffres sur lesquels on peut s'appuyer, et non une opinion »*[10].
Par ailleurs, il convient de dresser une définition plus précise de ce que désigne le datajournalisme. Comme l'explique Sylvain Lapoix, ancien journaliste d'Owni et journaliste pour l'émission de France 4 « Data Gueule », *« pour certains, faire du datajournalisme ce serait simplement faire trois schémas avec de jolis dessins attractifs et faciles à comprendre pour mettre en scène quelques "chiffres clefs". C'est une démarche marketing qui n'est pas fidèle à ce qu'est et peut être le datajournalisme. »*[11] Mais parler de données, de chiffres sur lesquels s'appuyer et présenter des faits difficilement contestables, tout cela fait-il nécessairement partie de la panoplie du journaliste ? Celui-ci a-t-il troqué sa plume contre une calculette, devenant ainsi un statisticien ? Dans quelle mesure l'aspect collaboratif pour présenter l'information par les chiffres est essentiel ? On interrogera ces mutations du rôle du journaliste et l'élargissement de son champ de compétences.

Dans un second temps, on placera le « fact-checking » à l'épreuve du futur. Pleinement ancré dans cette phase d'expérimentation de la profession, le « journalisme assisté par ordinateur » explore l'avenir du traitement de l'information. À l'image du BBC News Labs, pôle de recherche de la célèbre chaîne britannique, le journalisme fait l'objet de tests et d'expériences à partir d'outils informatiques complexes, qui nécessitent la participation de spécialistes. On essaiera de voir, à travers les contours du « journalisme hacker », comment les algorithmes se créent une place dans le processus informatif. Défini de façon large par le Larousse, un algorithme représente *« un ensemble de règles permettant de résoudre un problème au moyen d'un nombre fini d'opérations »*, et celui-ci *« peut être traduit, par un langage de programmation, en un programme exécutable par un ordinateur. »* Lors des Assises du journalisme 2014, qui se sont tenues à Metz début octobre, une conférence était dédiée au sujet. Basile Simon, journaliste au BBC News Labs, était présent pour évoquer l'action de nouveaux programmes informatiques censés favoriser et faciliter le travail journalistique. Pour lui, le robot – *« appareil automatique capable d'exécuter des opérations selon un programme fixe, modifiable ou adaptable »* pour le Larousse – est à considérer comme une plus-value dans la construction de l'information. Aux Etats-Unis, les robots existent déjà au sein de certaines rédactions et servent à compiler des données sportives ou économiques pour

---

[10] Fayolle B. (2014), blog Horizons Médiatiques, *Marc-François Bernier : « les journalistes n'ont souvent pas la compétence à la hauteur de leur volonté ».* Entretien avec Marc-François Bernier, professeur et coordinateur du programme journalisme à l'université d'Ottawa, repéré en décembre 2014 à https://hmblaisefayolle.wordpress.com/2014/05/31/m-f-bernier-les-journalistes-nont-souvent-pas-la-competence-a-la-hauteur-de-leur-volonte/#more-178

[11] Ouardi S. (2014), « Le datajournalisme : entre retour du journalisme d'investigation et fétichisation de la donnée », entretien avec Sylvain Lapoix, *Mouvements*, n°79, pages 74-80.

en faire un article (processus aussi appelé « curation par algorithmes »). Les lecteurs n'arriveraient pas à faire la différence avec des articles écrits par des journalistes « humains ». Il est donc important de comprendre dans quelle mesure ces robots et algorithmes peuvent-ils être en mesure d'automatiser certaines tâches redondantes de vérification des chiffres, dans le cadre du « fact-checking ». Sont-ils une menace pour les professionnels de cette technique de vérification des faits, ou bien le rôle du journaliste est-il complémentaire ?

Enfin, dans une conclusion, nous reviendrons sur les défis multiples auxquels le « fact-checking » est censé apporter des éléments de réponse. Entre la « re-légitimation » attendue du journalisme par un retour aux sources (vérifier les faits) et son expérimentation en temps réel de la profession dans un futur proche (datajournalisme, algorithmes …), le « fact-checking » apparaît bien comme un outil journalistique d'hier et de demain.

I) Le « fact-checking » et les facteurs ayant permis son émergence

1) Évolutions technologiques et sociétales

Avant de tenter de comprendre ce qui a pu impulser cette pratique du « fact-checking », il est important de bien la cerner. Car si vérifier les faits est une des principales composantes de la profession, le « fact-checking » n'en est qu'un dérivé, pensé comme un outil journalistique à part entière. Les journalistes ne pratiquant pas la technique de vérification des faits telle qu'on pourrait la définir aujourd'hui - permettant, dans un laps de temps assez court, d'authentifier ou non une information en recourant à des bases de données sourcées – n'en sont pas moins rigoureux. La pratique prend sa raison d'être sur le Web.

Comme évoqué en introduction, les médias de tous horizons (télévision, radio, presse écrite) s'intéressent à la pratique et de plus en plus de sites (Factamedia, factcheck.org, Politifact, factcheck.eu, Full Fact, africacheck.org, etc.) et de rubriques (les « Décodeurs » du Monde, « Désintox » de Libération, « détecteur de mensonges » du JDD, « Fact Check » d'ABC News, « Truth Teller » du Washington Post, « Reality Check » du Guardian …) ont été créés ces dernières années avec pour objectif « d'en venir aux faits » (apparaît sur le site du Monde) et de mettre à l'épreuve « la vérité ». Recouper les sources, les diversifier, vérifier des données … Toutes ces actions n'ont jamais été aussi simples à réaliser que grâce à l'Internet.
Depuis l'apparition du web en 1990 et du premier navigateur trois ans plus tard, le journalisme en ligne s'est considérablement développé. De la simple version électronique du journal à toutes les réflexions faites aujourd'hui autour des différents temps (consultation le matin, en journée, le soir ou le week-end) et supports (smartphones, tablettes, ordinateurs ou encore phablettes) de l'information, la profession s'est progressivement mise à l'heure numérique. Les technologies de l'information et de la communication ont eu une influence majeure sur les usages du journalisme[12]. Les principaux quotidiens américains (Wall Street Journal, New York Times, Chicago Tribune) sont les premiers à expérimenter la mise en ligne, dès le début des années 1990. Quelques années plus tard, le mouvement s'étend en Europe mais aussi en Asie et en Afrique. À mesure que les différents sites d'information se développent, le rôle du lecteur - auditeur - internaute devient lui aussi plus important. D'abord récepteur « passif » ne participant pas à la production de l'information, il est aujourd'hui pleinement intégré et tend de plus à plus à vouloir collaborer avec la sphère journalistique. Les réseaux sociaux rendent d'autant plus réelle cette interactivité.

Sans faire un retour extrêmement détaillé sur ces évolutions de la presse en ligne, on

[12] Je m'appuie ici sur un exposé réalisé par trois étudiantes de l'université centrale de Tunis, intitulé « Histoire de l'Internet et de la presse en ligne », consultable à l'adresse suivante : http://fr.slideshare.net/Tunisie-SIC/histoire-de-l-internet-et-du-journalisme-en-ligne-1

comprend toutefois l'enjeu central qu'est devenu, de son apparition à sa phase d'enracinement aujourd'hui, le web pour le monde médiatique. Désormais, il n'existe presque plus une seule entreprise de presse qui n'est pas dotée d'équipes spécialisées. Cette extension de la sphère journalistique contribue à redessiner la profession du journaliste. Du travail de terrain, qui constituait auparavant la source principale de ses informations, il doit désormais faire preuve de nouvelles compétences, plus connectées. Les bases de données d'entreprises ou de gouvernements, les « breaking news » fuitant instantanément sur les réseaux sociaux … sont autant d'éléments qui vont constituer de nouvelles références pour les professionnels de l'information. Pour prendre l'exemple de Twitter, la fusillade à Virginia Tech trouve son premier écho sur le réseau social en 2007. Deux ans plus tard, l'amerrissage d'un avion sur l'Hudson fait réagir immédiatement les adeptes de la plate-forme de micro-blogging. En France, l'exemple le plus connu est sans doute le tweet d'un certain Jonathan Pinet en mai 2011, qui enflammera la Toile et fera naître ce que les médias ont appelé « l'affaire DSK ».
C'est au milieu de toute cette interconnexion d'outils et d'acteurs que le journaliste doit arriver à faire le tri et vérifier les faits. Alice Antheaume, directrice adjointe de l'école de journalisme de Sciences Po Paris, résume le déluge de données dans lequel il est plongé : *« Autrefois, un journaliste pouvait passer des semaines, voire des mois, à chercher un seul chiffre pour les besoins d'une enquête. Aujourd'hui, c'est l'inverse : il est abreuvé d'informations, sur tout, tout le temps. Naviguant entre les flots, il trie et départage information et rumeur, vrai et faux, essentiel et secondaire, en fonction de la demande de l'audience. Par « trier », on entend aussi rendre lisible et organiser cette multitude de données. »*[13] Le travail réalisé par les rédactions du Guardian, du Monde, d'El Pais et du New York Times pour discerner les documents secrets de Wikileaks les plus pertinents, en décoder le contenu et les contextualiser est, à ce titre, un exemple saisissant. La fonction de « trieur » évoquée par Alice Antheaume est intéressante car elle introduit également la notion d'organisation des données, de mise en forme. Une dimension qui, on le verra, prend tout son sens avec le datajournalisme.

C'est dans ce contexte qu'apparaît le « fact-checking ». Même si la vérification des faits a toujours été une prérogative journalistique, ces mutations technologiques vont constituer un tournant : l'information est présente partout sur la Toile, relayée par une multiplicité d'acteurs, les moteurs de recherche permettent d'identifier facilement de nombreuses sources, les bases de données s'ouvrent de plus en plus largement au grand public … La pratique semble donc une aide pour le journaliste, mais elle nécessite un temps d'adaptation aux nouveaux enjeux du Net. En effet, le « fact-checking » s'inscrit dans une volonté d'instantanéité à laquelle les professionnels doivent répondre. Les discours prononcés par les dirigeants politiques, principales cibles, sont étudiés et analysés de près, de façon à remettre

[13] Antheaume A. (2013), *Le journalisme numérique*, chapitre 2 : le déluge des données, Presses de Sciences Po

en cause immédiatement si cela est possible la véracité de tel ou tel propos. L'aspect collaboratif de la pratique est lui aussi essentiel à saisir, et est renforcé par les réseaux sociaux. Les exemples visibles sur Twitter, tels que ceux présentés ci-dessus, ne manquent pas. Les internautes, au moyen également de weblogs, d'encyclopédies en ligne comme Wikipédia, de forums ou encore de commentaires d'articles publiés sur des sites d'information, sont les premiers « lanceurs d'alerte » ou détecteurs de mensonges.

Un outil journalistique « made in USA »

Le « fact-checking » tel qu'il existe aujourd'hui en France est principalement inspiré de sa pratique américaine. Le journaliste américain Glenn Kessler fait office de pionnier. Il était le chef du département d'État de Washington pour le Washington Post au début des années 1990, où il couvrait une multitude de sujets (politique étrangère, politique économique, Maison Blanche, Congrès, politique, aviation, Wall Street …). C'est d'ailleurs pour le quotidien de la capitale qu'il avait éteint la polémique selon laquelle Bill Clinton aurait, au début de son mandat en 1993, retardé plusieurs vols programmés dans un aéroport du pays pour se faire couper les cheveux sur le tarmac.[14] En se procurant des documents de l'administration fédérale de l'aviation, il avait démonté cette rumeur. Il avait par ailleurs été l'un des premiers à s'intéresser aux propos tenus par les candidats aux élections présidentielles américaines de 1992 et 1996, alors qu'il était le chef du service politique du quotidien Newsday, en correspondance depuis Washington. Depuis lors, le site PolitiFact et de nombreux autres sont venus renforcer la pratique du « fact-checking ». Au point d'en devenir incontournable ? Selon un sondage réalisé par les instituts Global Strategy Group et Public Opinion Strategies auprès de 500 électeurs indécis des « swing states » lors de l'élection présidentielle de 2012[15], 64% d'entre eux auraient affirmé pratiquer le « fact-checking » afin de vérifier les propositions des candidats. Et 34% d'entre eux utiliseraient même la technique de vérification des faits au moins une fois par semaine.

Mais toutes ces évolutions techniques, si elles ont bien modifié les contours de la profession et le processus de création de l'information, ne sont pas les seules à devoir être prises en compte pour le chercheur en sciences de l'information et de la communication Bernard Miège. Pour lui, l'appellation « société de l'information » est incorrecte. *« Sous des apparences euphémiques et résolument optimistes, elle (l'appellation) a du mal à dissimuler*

---

[14] Kessler G. (2013), *Washington Post*, Repéré le 10 avril 2015 à http://www.washingtonpost.com/blogs/fact-checker/about-the-fact-checker/

[15] L'Obs (2012), Repéré en décembre 2014 à http://tempsreel.nouvelobs.com/les-internets/20121011.OBS5247/le-fact-checking-decidera-t-il-de-la-presidentielle-americaine.html

des fondements techno-déterministes où les stratégies des acteurs sont en arrière-plan. […] Dans le travail comme dans la vie quotidienne, peut-on faire dépendre toute une série de mutations sociales, de changements majeurs d'un paradigme technique ? »[16] L'idée soumise par Bernard Miège est que les sphères technologiques et sociales sont intrinsèquement imbriquées et interdépendantes. Dans cet entretien avec le professeur et journaliste argentin Martin Becerra, le chercheur explique qu'il préfère employer l'expression *« d'ordre informationnel car elle me semble mettre l'accent sur un nouvel agencement ou ordonnancement de l'information, tout en montrant ce qu'il recèle d'organisation ou de réorganisation sociale. De plus, dans cette expression, ce sont les changements relatifs à l'information, qui sont considérés comme premiers. Cet aspect est essentiel, car trop d'approches esquivent ce qui est en jeu, en se focalisant sur les changements affectant les supports ou les instances de médiations, alors que l'essentiel concerne la circulation de l'information et ses modalités de communication. D'où la proposition d'un néologisme, peu élégant, mais évocateur, « l'informationnalisation », qui désigne un mouvement de longue durée, en phase avec des mouvements à la fois sociaux et socio-techniques. »*[17]

« L'informationnalisation » est le paradigme théorisé par Miège. Les approches techno-déterministes pré-existantes, qui expliquaient l'influence directe des évolutions techniques et technologiques sur nos modes de vie, ne vont pas assez loin pour le chercheur. Elles occultent une dimension importante qui est celle de l'information. Celle-ci *« traverse toutes les activités sociales »* selon lui. Si les innovations techniques sont incontestables, il présuppose que celles-ci ne sont justement pas uniquement techniques mais bien socio-techniques. Il considère qu'en plus des traditionnels indicateurs économiques et socio-démographiques utilisés afin de faire la distinction entre « dominants » et « dominés », l'ajout d'indicateurs d'ordre informationnel et culturel est indispensable : *« ceux-ci sont seuls à prendre en compte le caractère stratégique de l'information, tant dans la production, l'acheminement des produits et les relations de travail, que dans la vie personnelle, les relations interpersonnelles, la gestion du temps ou l'acquisition de connaissances et de compétences tout au long de la vie. Cela montre bien que l'information est un « paradigme » qui traverse toutes les activités sociales ; cette transversalité la rend, à la fois, insaisissable et omniprésente. Ce trait n'est sans doute pas nouveau, et les sociétés « modernes » n'ont pu se construire sans avoir recours à l'information (…) mais ce qui est nouveau, c'est le recours systématique aux données informationnelles et l'importance décisive de leur traitement pour*

---

[16] Miège B., Becerra M. (2003), La contribution des industries de la culture, de l'information et de la communication à l'informationnalisation et à la globalisation, *Questions de communication*, entretien avec Martin Becerra, 3, pages 211-229.

[17] Ibid.

les rendre utilisables parce que pertinentes. »[18]

Dans toutes les sphères de la société, nous aurions à composer avec un très grand nombre de données s'appliquant à de nombreux secteurs d'activité. Le journalisme n'échapperait ainsi pas à la règle. Mais comme le précise Miège, le traitement de ces données est tout aussi important pour en faire quelque chose. Dans une certaine mesure, ce travail de tri recoupe celui du journaliste. Désormais pour construire un article, il peut recourir à de très nombreuses sources pour étayer ses propos. Le « fact-checking » prend alors tout son sens, consistant à vérifier inlassablement la véracité des faits sur lesquels il s'appuie. Et même en dehors de la sphère journalistique, la quantité d'informations apportée par les mutations techniques va influencer directement les pratiques sociales de chacun. En tant que réseau interconnecté, Internet fait office de support idéal. Désormais, communication et information se rejoignent. La collaboration des acteurs a un impact sur les pratiques, les habitudes et les usages. La moindre question va trouver, si ce n'est une réponse, des résultats sur les différents moteurs de recherche. Les aides en ligne et autres tutoriels (même si cet aspect collaboratif est bien plus large) font partie de cette mise en réseau et de ces échanges simplifiés de données. Pour le philosophe français Bernard Stiegler, Internet est même devenu par excellence *« le milieu technique qui permet de mettre en œuvre un modèle industriel reposant non plus sur une opposition des producteurs et consommateurs ainsi dissociés, mais sur une association des destinataires et des destinateurs, productrice d'une nouvelle forme de socialité et d'un nouvel esprit du capitalisme. »*[19]

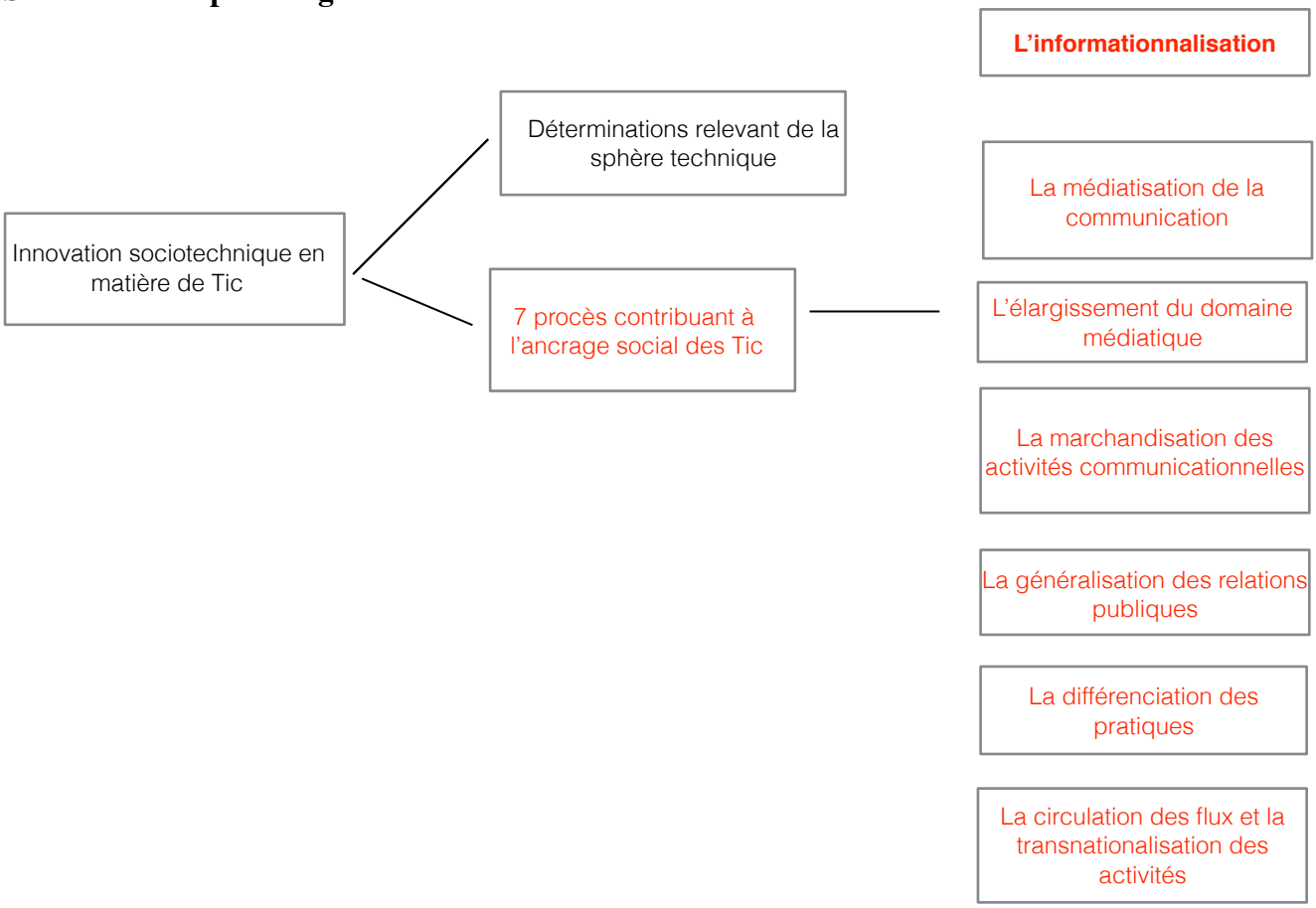
L'ouvrage de Bernard Miège intitulé « La société conquise par la communication » constitue le fondement de la lutte contre l'approche techno-déterministe de l'auteur. Il va tenter de démontrer dans quelles mesures les sphères techniques et sociales s'articulent. Pour cela, il établit un schéma selon lequel, à partir de l'innovation sociotechnique en matière de technologies de l'information et de la communication (TIC), sept procès vont contribuer à l'ancrage social des TIC. On ne s'arrêtera pas sur chacun d'eux, mais sur l'un d'entre eux en particulier, que l'on a déjà évoqué ci-dessus : « l'informationnalisation ».

---

[18] Ibid.

[19] Citation utilisée par Miège B. (avril 2007), *La société conquise par la communication*, Tome 3, Presses universitaires de Grenoble, tirée de l'ouvrage de Stiegler B. (2006), *Réenchanter le monde – la valeur esprit contre le populisme industriel*, Paris, Flammarion.

Schéma dressé par Miège :



Pour rappel, le procès « d'informationnalisation » désigne pour Miège *« une logique sociale de la communication qui se caractérise par la circulation croissante et accélérée des flux d'information éditée ou non, autant dans la sphère privative, dans celle du travail que dans l'espace public. »*[20] Le chercheur formule trois hypothèses pour tenter d'expliquer cette intensification des flux d'information, que nous avons fait commencer au début des années 1990 avec l'apparition du web. La première consiste à penser que, jusque-là, nous étions dans une phase d'attente de nouveaux systèmes capables de satisfaire nos demandes de communication des informations. La seconde hypothèse introduit l'idée selon laquelle ces nouveaux systèmes avaient *« eux-mêmes généré des demandes fortes »*. Enfin, la troisième tente d'établir un lien entre la mise en réseau des activités sociales et les offres nouvelles découlant de cette mise en réseau. Ainsi, à travers ces trois hypothèses, on comprend mieux le postulat de départ de Miège selon lequel si les TIC ont joué un rôle sur l'intensification des flux, toujours est-il que leur évolution ne s'est pas faite sur le temps court mais bien sur le temps long, comme un processus déjà lancé depuis un certain temps. Il l'explique par ailleurs

[20] Miège B. (avril 2007), *La société conquise par la communication*, Tome 3, Presses universitaires de Grenoble, page 66.

dans son ouvrage : *« Il est nécessaire de signaler que cette expansion remarquable des flux d'information produits et échangés se trouve grandement favorisée par le recours aux nouvelles Tic, mais qu'on ne saurait voir dans les dispositions techniques de communication et de traitement de l'information le principal facteur, et a priori l'unique facteur déterminant ; comme nous l'avons fait observer à chaque fois, les changements des différentes catégories sont amorcés, souvent de longue date ; et les Tic accompagnent et accélèrent ces changements. »*[21] Les technologies de l'information et de la communication auraient donc accompagnées les mutations sociales, sans pour autant en être l'unique élément déterminant.

Le chercheur tente également de dresser différentes catégories d'information qui participeraient au procès « d'informationnalisation ». Il en distingue cinq :
Information / connaissances : pour Miège, les nouveaux dispositifs techniques tendraient à abolir les frontières entre information et connaissances, celles-ci *« entraînant de plus en plus une production d'information »* ;
Information produite / non-produite : il prend l'exemple des weblogs pour montrer l'action d'individus isolés, qui mettent à disposition des informations *« que l'on peut qualifier de non-produites dans la mesure où elles ne supposent pas sa mise en oeuvre d'une production socialement organisée »* ;
Information régulièrement proposée / éphémère : Miège souligne que, si les informations produites par la presse imprimée étaient initialement éphémères, *« la régularité de l'offre est devenue un trait central de l'offre d'information »* aujourd'hui ;
Information éditée / non-éditée : l'édition, comme *« opération économique spécifique »*, induit des relations différenciées avec les consommateurs-lecteurs (« le grand public » pour Miège) ;
Information ouverte / accessible sous conditions : dans un flux d'informations important, un autre type d'information se dissimule, *« celui-ci accessible sous des conditions déterminées (barrières financières) »*

Toutes ces hypothèses élaborées par Bernard Miège permettent de mettre en contexte l'évolution de l'information en résonance avec les mutations techniques ayant eu lieu ces dernières années. Deux sphères - technique et sociale - interdépendantes auraient donc contribué à la mise en ligne d'informations. Si la présentation de ces facteurs est importante pour saisir comment a émergé le flux de données conséquent que l'on peut trouver aujourd'hui sur le web, elle n'explique pas nécessairement l'émergence d'une pratique comme le « fact-checking ». Pourtant, des éléments de réponse ne semblent pas loin.

---

[21] Ibid., page 71.

Abraham Moles est le premier à avoir théorisé la notion « d'opulence informationnelle »[22] , terme qu'il développera à nouveau six ans plus tard avec Elisabeth Rohmer[23]. Il trouve écho aux notions « d'infobésité » ou « d'information overload » qui ont vu le jour plus récemment. Certains auteurs, comme Robert Burnett et P. David Marshall, préfèrent eux parler de « surabondance informationnelle »[24]. Pour en faire une définition a minima, cela signifie *« une surcharge cognitive pour les individus, qui s'avèrent incapables de traiter la totalité des informations qu'ils reçoivent quotidiennement »*[25]. Les courriels, tweets et autres messages, ainsi que la répercussion de milliers de résultats via les moteurs de recherche feraient partie des principales composantes. Les évolutions techniques et sociales présentées par Miège auraient donc contribué à diffuser trop largement des flux d'informations pas toujours contrôlés et contrôlables, entraînant des dérives et menaçant l'information elle-même.

Une pratique comme celle du « fact-checking » utilisée par les journalistes permettrait alors d'effectuer un premier tri dans ce flux de données. En jouant son rôle de vérificateur des faits, le journaliste permettrait au lecteur, en recoupant plusieurs sources, d'avoir à sa disposition une information authentifiée, crédible. Mais ce présupposé ne tient pas compte des comportements des internautes, souvent volatiles et naviguant en quelques clics entre plusieurs sites. La centralisation des informations sur une seule source ne semble pas correspondre à la réalité des pratiques. Néanmoins, c'est aussi à travers cette théorie de « l'infobésité » que se trouve l'une des caractéristiques de base du « fact-checking » : démêler le vrai du faux. En cherchant à démonter « hoax » et autres rumeurs, en nombre sur le Net, la pratique privilégierait la qualité à défaut de la quantité. Elle permettrait également un traitement mélioratif de l'information.

Pour autant, même s'il ne nie pas qu'elle puisse exister, Bernard Miège met en garde dans son ouvrage contre les confusions qu'il peut y avoir entre le procès « d'informationnalisation » et « l'opulence informationnelle ». Pour lui, l'élargissement de l'offre d'informations n'entraîne pas de facto cette abondance en raison de la prédominance sur le Net de firmes transnationales comme Google et des fournisseurs d'accès. Il écrit : *« le procès d'informationnalisation relève pour l'essentiel de règles marchandes, et pour une part de modalités strictement industrielles. Ce trait ne se laisse pas à voir en permanence comme tel, mais ses effets sont bien réels : ainsi la recherche d'information est-elle pour l'instant contrôlée par un oligopole*

---

[22] Moles A. (1966), La radio-télévision au service de la promotion socio-culturelle, *Communications*, 7, pp 1-10

[23] Moles A., Rohmer E. (1972), *La Psychologie de l'Espace*, Paris, Casterman.

[24] Citée par Bernard Miège dans *La société conquise par la communication*, tirée de l'ouvrage de Burnett R., Marshall D. (2003), *Web theory : an introduction*, Routledge, p.34.

[25] Lobet-Marist C., Lucas R., Six B. (Dir.) (2009), *Variations sur la confiance : concepts et enjeux au sein des théories de la gouvernance*, Peter Lang, p.112.

de firmes transnationales dominé par Google (hiérarchie d'affichage des pages web selon deux facteurs : le score de l'information relevance qui mesure l'adéquation du contenu à la requête ; l'indice de popularité de la page qui fait intervenir les liens entre les pages du web). (…) Ce qui est sûr, c'est que l'efficacité de ces procédures a une contrepartie très discutable, celle notamment de conduire à la suppression de l'information qui n'est pas ou peu sollicitée. De même, le contrôle par les fournisseurs d'accès des portails et le fait que ceux-ci se limitent surtout à des portails généralistes fonctionnant de plus en plus grâce aux ressources publicitaires, conduit à orienter les demandes vers un certain nombre de sites seulement, fonctionnant pour le grand public, et donc sélectionnant fortement les ressources informationnelles finalement proposées. »[26]

Un certain nombre de sites concentrerait donc l'essentiel de l'audience. Et parmi eux, les principaux sites d'information. D'où une certaine lassitude de lire partout les mêmes brèves, les mêmes articles ou sujets anglés de la même façon ? Suivistes, partiaux ou encore superficiels, les journalistes font l'objet depuis des années de nombreuses critiques. Nous allons voir désormais, en revenant sur ce contexte historique de défiance envers la profession, comment celle-ci peut évoluer, et comment le « fact-checking » peut lui apporter une nouvelle crédibilité.

2) Un journalisme critiqué, à la recherche d'une nouvelle crédibilité

Depuis des années, la profession de journaliste fait l'objet d'une remise en cause permanente. Un climat de défiance semble s'être installé avec les lecteurs - auditeurs - téléspectateurs - internautes - consommateurs. La faute à qui ? À quoi ? Dans son ouvrage intitulé « Mauvaise presse », sur lequel nous reviendrons plus en détail, Cyril Lémieux considère que *« la critique des journalistes n'est pas quelque chose de très neuf. Il est vrai que le journalisme a toujours été de ces activités qui réclament à être justifiées. De quel droit des individus s'autorisent-ils à rendre publics des faits et des jugements qui peuvent endommager le fonctionnement de certaines institutions ou ruiner l'honneur de certains particuliers ? »*[27]
Chaque début d'année, l'institut de sondage TNS-Sofres publie son « baromètre de confiance dans les médias »[28]. S'il s'agit bien de sondages et que, par conséquent, leur remise en cause

---

[26] Miège B. (avril 2007), *La société conquise par la communication*, Tome 3, Presses universitaires de Grenoble, chapitre 3.

[27] Lémieux C.(mars 2000), *Mauvaise presse – une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, éditions Métailié, p.23.

[28] Consulté en février 2015 à http://www.tns-sofres.com/sites/default/files/2015.01.29-baromedias.pdf

peut être faite, ce baromètre représente tout de même un indicateur important qui permet d'avoir des tendances de « l'opinion » sur la profession. Le sondage pour 2015, effectué pour le journal La Croix, a interrogé un échantillon de plus de 1000 personnes (de sexe, d'âge et de profession différente). Que dit cette enquête ? L'intérêt porté aux médias (dans leur globalité) a évolué de plus de sept points par rapport à l'an passé (76% des personnes interrogées portent un intérêt assez ou très grand pour les médias). Ensuite, l'indice de crédibilité des différents médias comme source d'information est également questionné. Voici, du plus au moins crédible, les médias ayant les faveurs de l'opinion :

- Radio (63% des personnes interrogées pensent que les choses se sont passées vraiment ou à peu près comme la radio les raconte) (+ 5 points)
- Journaux : (58%) (+ 3 points)
- Télévision (57%) (+ 7 points)
- Internet (39%) (+ 2 points)

L'indice de crédibilité, quel que soit le support, est en hausse par rapport à l'année 2014 (et cela même lorsque l'on tient compte des personnes ne souhaitant pas s'exprimer). La profession de journaliste serait ainsi un peu plus appréciée. Cependant, d'autres éléments de cette enquête sont intéressants à analyser. Elle s'intéresse aussi à l'indépendance des journalistes. Pour les personnes interrogées, 58% des journalistes ne seraient pas indépendants face aux pressions des partis politiques et du pouvoir (contre 31% pensant qu'ils sont indépendants, et 11% de « sans opinion »). De plus, 53% des sondés pensent que les journalistes ne seraient pas indépendants face aux pressions de l'argent (contre 30% et 17% de « sans opinion »). Le sondage ne dit pas ce que signifient précisément les termes de « pressions des partis politiques et du pouvoir » et de « pressions de l'argent ». La définition de l'indépendance supposée être acceptable n'est également pas donnée.

Malgré des manques dans les considérations de ces termes et des chiffres en baisse depuis plusieurs années, tout cela participe pourtant bien à l'élaboration d'un certain constat : celui d'une profession qui ne serait pas indépendante face aux diverses pressions. Des éléments qui, là encore, ne sont pas particulièrement nouveaux pour le sociologue Cyril Lémieux.

Considéré comme l'un des ouvrages fondateurs quant à l'approche de la critique journalistique, « Mauvaise presse » tente de comprendre comment à émergée cette critique, en revenant sur la situation historique de la profession mais aussi en essayant de décrypter comment se régulent les pratiques. Par ailleurs, un postulat est central dans les hypothèses

formulées par le sociologue : en s'appuyant sur certaines analyses de Michaël Walzer[29], il soutient que les critiques « internes » à la profession de journaliste - provenant de personnes partageant ou étant censés partager les mêmes valeurs – ont davantage de chance d'être entendues par les professionnels de l'information et d'entraîner des modifications de leurs comportements et de leurs attitudes. Les journalistes seraient ainsi leurs propres régulateurs. Mais leurs moyens de régulation morale ayant évolué selon Lémieux, ceux-ci s'avèreraient « insuffisants » pour résoudre certains dysfonctionnements au sein de la sphère médiatique.

Dans une première partie, le sociologue revient sur l'historique des critiques faites aux journalistes et les trajectoires déviantes utilisées par ceux-ci. Il explique : *« si encore les gens de presse se maintenaient dans l'orbite du droit et de la morale qui, à un moment donné, leur assurent un légitime pouvoir de nuire. Mais voilà : poursuivant des motifs politiques aussi bien qu'économiques, et parfois indissociablement les deux, ils ont régulièrement entrepris, depuis deux siècles et demi, d'élargir leur périmètre d'intervention. Or cet élargissement ne pouvait s'opérer qu'en contournant les barrières juridico-morales qui à chaque fois les retenait d'aller plus loin. Raison pour laquelle les gens de presse (…) ne se sont jamais contentés de seulement transgresser morale et droit établis. Avec l'aide de certains alliés, ils ont aussi tenté, pour échapper aux sanctions que pouvait entraîner une telle transgression, de trouver des justifications acceptables à la nouvelle extension de leur activité et par là même, de faire admettre les principes d'une nouvelle régulation de leur activité, plus libérale au plan politique et économique. »*[30]

Cyril Lémieux met en parallèle à ces transformations deux processus qui selon lui contribuent à ces actions à la limite du droit et de la morale : la démocratisation et l'extension du capitalisme.

De l'écrivain au « vautour » chercheur de scoops

Le sociologue Erik Neveu souligne, dès les premières pages de son ouvrage « Sociologie du journalisme »[31], l'influence de la sphère littéraire sur la presse française. Même s'il semble difficile de réduire l'émergence du journaliste français à cette influence, toujours est-il que cette tradition d'une presse engagée politiquement, intellectuelle et de la figure du « journaliste-écrivain » est une des principales caractéristiques du journalisme « à la française ». Lorsque le modèle anglo-américain (qui a fait émerger bon nombre de pratiques journalistiques utilisées aujourd'hui) s'attachait particulièrement au « news-gathering » (collecte de l'information), à construire un discours de l'objectivité – devenue

---

[29] Walzer M. (1990), *Critique et sens commun*, Paris, La Découverte.

[30] Lémieux C.(mars 2000), *Mauvaise presse – une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, éditions Métailié, p.23.

[31] Neveu E. (2010), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte.

depuis lors une sorte de « norme professionnelle » pour Neveu - ou à la figure du reporter sur le terrain, le modèle français développait un style, une compétence littéraire *« faite de talent polémique et de pyrotechnie rhétorique »*[32]. La profession de journaliste n'est pas envisagée comme telle : elle est pour Neveu une position d'attente vers les vraies carrières de la littérature et de la politique. Des plumes célèbres comme Balzac, Dumas, Hugo, Zola ou encore Camus côtoient des pionniers comme Albert Londres ou Lucien Bodard, contribuant à associer l'écrivain et le journaliste.

L'industrialisation de la presse en France marque une scission et affaiblit l'influence de la sphère littéraire. La vente au numéro se généralise, les titres de presse se multiplient en même temps que l'économie du secteur se développe. Cyril Lémieux explique qu'à la fin du XIXe siècle, le journalisme à grand tirage commence à être accusé de « faire dégénérer les mœurs ». *« Ce n'était pas seulement à travers son influence sur le public populaire et la débat public […] Ses détracteurs lui imputaient aussi l'avilissement des conduites dans le journalisme même »*[33]. Le sociologue reprend également dans son ouvrage la définition faite par le Larousse, en 1875, du journaliste : *« les premiers arrivés sur les champs de course ou sur les théâtres d'incendie, questionneurs acharnés, se faufilant dans les groupes, prenant des notes sur les enfants brûlés, les maris battus, les passants écrasés. »*[34] On est désormais éloigné de l'écrivain, le reporter de terrain fait son apparition. Néanmoins, comme le souligne Lémieux, les codes de bonne conduite ne semblent pas arrêtés. Le « scoop » fait son apparition, en même temps que les professionnels de l'information se mettent au service d'intérêts économiques particuliers. Les premières accusations de sensationnalisme, *« de collusion et de manipulation, de tromperie et de voyeurisme, de partialité et de superficialité, de suivisme et d'artificialité »*[35], commencent à se faire entendre.

Dans les années 1970-1980, les journalistes arrivant dans les rédactions amènent avec eux de nouvelles valeurs, parfois en opposition avec celles établies jusque-là. Aidés par les chiffres de vente et d'audience, corrélés aux nouvelles normes de rentabilité et de compétitivité des entreprises de presse, ils parviennent à légitimer leurs pratiques risquées et n'hésitent plus à « choquer et briser des tabous », comme l'explique Lémieux. *« Bien des journalistes entrés plus tôt dans la carrière et des membres du public attachés au respect des conventions*

---

[32] Ibid., p.13

[33] Lémieux C.(mars 2000), *Mauvaise presse – une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, éditions Métailié, p.42.

[34] Dictionnaire Larousse, article « Journaliste », 1875. Cité par Ferenczi T. (février 1996), *L'invention du journalisme en France*, Paris, Payot, p.31.

[35] Lémieux C.(mars 2000), *Mauvaise presse – une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, éditions Métailié, p.20.

statutaires […] ressentaient un malaise, et parfois de l'indignation, devant la trop grande décontraction des nouveaux journalistes et leur empli d'un langage trop cru et trop direct, leur manque de déférence vis-à-vis des représentants de l'autorité, leur absence de réserve pour évoquer publiquement la sexualité et les injustices commises à l'intérieur de la sphère privée. De même, les genres que le nouveau journalisme avait créés ou encouragés (comme le journalisme d'investigation, le reportage en caméra clandestine ou sous une fausse identité etc.) leur apparaissaient constituer des « dérives » au plan de la déontologie ou de la morale commune. »[36]

De la même façon, dans quelle mesure ces deux citations d'Emile Zola ne paraissent, encore aujourd'hui, d'actualité :

« Mon inquiétude unique, devant le journalisme actuel, c'est l'état de surexcitation nerveuse dans lequel il tient la nation […]. Chaque feuille tâche de pousser au tirage en satisfaisant davantage la curiosité de ses lecteurs. […] Jadis, les faits, mêmes les plus graves, étaient moins commentés, moins répandus, émotionnaient moins, ne donnaient pas, chaque fois, un accès violent de fièvre au pays. »[37]

« Le flot déchaîné de l'information à outrance a transformé le journalisme, tué les grands articles de discussion, tué la critique littéraire, donné chaque jour plus de place aux dépêches, aux nouvelles grandes et petites, aux procès-verbaux des reporters et des interviewers. »[38]

Le sociologue Cyril Lémieux met en avant deux principes fondamentaux organisant la sphère journalistique. Pour lui, la liberté de la presse est un principe critique. Faire usage du terme permet, dans certains cas, de se défendre de sa position de journaliste mais aussi de détourner les réticences de l'interlocuteur à vouloir parler. En expliquant les bienfaits de la délivrance de sa parole, il va chercher, de façon consciente ou non, à étendre le champ de l'activité journalistique. L'opinion publique constitue le second principe régulateur. S'il est extrêmement compliqué d'en faire une définition unique (car elle englobe des jugements individuels pour en faire une généralité collective), l'opinion publique serait le premier arbitre de ces nouvelles pratiques journalistiques. Si les dérives que pointaient déjà du doigt Zola à la fin du XIXe siècle n'avaient pas été légitimées par le verdict populaire, celles-ci auraient

---

[36] Ibid., p.56.

[37] Cité par Lémieux. Tiré de l'ouvrage de Zola E. (1888), *La Morasse*, Paris, Marpon et Flammarion.

[38] Cité par Lémieux. Tiré de l'ouvrage de Ferenczi T. (1996), L'invention du journalisme en France, Paris, Payot, p.32.

sûrement disparues. A travers ce postulat, Lémieux place l'opinion publique comme principe régulateur « supérieur » à la légitimité professionnelle que tendait à faire émerger, notamment, le syndicat unifié de la profession (SNJ) (charte d'éthique professionnelle de 1918). Néanmoins, il semblerait qu'une dimension importante soit à prendre en compte lorsque l'on parle du modèle français. En effet, comme le souligne Lémieux, *« beaucoup de journalistes de ce pays s'investissent encore avec fougue dans la mission civique que s'étaient reconnue les écrivains du début du XIXe siècle : former et incarner l'opinion publique éclairée, en contredisant si besoin l'opinion du plus grand nombre, de la « multitude aveugle et bruyante » »*[39]. Ainsi, l'opinion publique ne proviendrait pas uniquement de la population, mais également des journalistes, en organisateurs de la bonne pensée. De plus, cette « mission civique » évoquée par le chercheur, est intéressante à analyser. Dans une certaine mesure, elle place le journaliste au sein d'un processus démocratique dont il est aussi le garant. Il se définirait également de par son rôle politique. Le journaliste Cédric Mathiot, en charge de la rubrique de « fact-checking » « Désintox » sur le site de liberation.fr, abonde dans ce sens. Nous allons tenter de comprendre le poids démocratique de cette pratique et si elle constitue une alternative possible à cette recherche de crédibilité de la profession de journaliste.

En cherchant à dénoncer les bobards des hommes et femmes politiques via l'étude de leurs discours, le journaliste contribuerait, via l'utilisation de la technique de vérification des faits, à redonner une certaine crédibilité à la profession en se recentrant sur les faits.
La sphère politique est, comme l'a notamment montré le site PolitiFact, l'un des fondements du « fact-checking ». La pratique illustrerait d'autant plus, pour Cédric Mathiot, la vision citoyenne du journalisme. Dès les premières lignes de son ouvrage « Petit précis des bobards de campagne », il définit la rubrique « Désintox » comme ceci : *« c'est une cellule de veille et de vérification du discours public. De telles initiatives existent depuis longtemps aux Etats-Unis, où elles sont devenues, sous le nom de « fact-checking », un genre journalistique à part entière, et une composante de poids de la vie démocratique. »*[40] L'objectif revendiqué du recours au « fact-checking » est de tenter d'améliorer le débat public et l'information des citoyens. Ici, la pratique remplit, en quelque sorte, deux fonctions : elle tend à renouer avec l'un des principaux fondements de l'activité journalistique (la vérification des faits) – ce qui tend, même si on peut se demander si tel était le but recherché initialement, à redonner une certaine crédibilité à la profession – et contribue aussi à re-légitimer le rôle du politique en lui donnant de l'importance, en mettant ses discours face à ses responsabilités. Cédric Mathiot explique que *« les bobards nuisent à ceux qui les croient, à ceux sur qui ils portent, et à force*

---

[39] Lémieux C.(mars 2000), *Mauvaise presse – une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, éditions Métailié, p.37.

[40] Mathiot C. (2012), *Petit précis des bobards de campagne*, Paris, Presses de la Cité, p.197.

à ceux qui les profèrent. Une critique récurrente voudrait que le fait de dénoncer les mensonges de ceux qui nous gouvernent s'apparente à du poujadisme. C'est tout l'inverse. Se désoler des bobards des responsables politiques, c'est au contraire donner du crédit à leur parole. »[41]

Reste que l'auteur n'en respecte pas moins la ligne éditoriale du média pour lequel il travaille. Ainsi, à travers la compilation des articles publiés sur « Désintox » que l'on retrouve dans le livre, les propos du président de l'UMP Nicolas Sarkozy reviennent régulièrement, notamment dans la première partie intitulée « Le roi du bobard ». Beaucoup plus souvent que ses homologues des autres partis. Le « fact-checking » n'échapperait ainsi pas à une certaine partialité, ce que ne renie pas l'auteur : *« Le « fact-checking » n'est à l'abri de rien de ce qui menace le journalisme. Ni de la partialité, ni de l'erreur, ni de l'approximation. Cela ne condamne pas la démarche en elle-même […] Et ceux qui disent que le magistère d'objectivité que prétend incarner le « fact-checking » rend ses propres erreurs plus nuisibles (ou plus ridicules) ont probablement raison. Comment s'exonérer du devoir de rigueur quand on l'exige des autres ? »*[42]

Cédric Mathiot introduit ici une idée développée par Cyril Lémieux : celle de l'autocritique du journaliste. Si « Les petits bobards de campagne » se concentrent quasi-exclusivement sur la sphère politique, il ne faudrait pas occulter que le « fact-checking » est lui aussi utilisé sur le discours médiatique. En France, le site Acrimed (Action Critique Médias) est l'un des principaux à recenser les fautes, les entraves à la déontologie et autres dérives de la profession en s'appuyant sur des exemples concrets. Cédric Mathiot explique que la technique de vérification des faits s'impose parce qu'elle *« répond à une double attente du public : une exigence vis-à-vis de la parole des élus, et vis-à-vis des médias souvent accusés de connivence avec le monde politique »*[43]. En outre, le phénomène du « fact-checking » finira selon lui *« par susciter des critiques »*, et *« c'est tant mieux ». « Les journalistes ont tout à gagner à réfléchir à la pratique de leur métier, ses implications, ses limites. »*[44]

Parmi les critiques à l'égard du « fact-checking », Mathiot prend l'exemple d'un journaliste qui, lors d'un atelier des Assises du journalisme 2011, avait fait part de son inquiétude envers ces professionnels de l'information qui se muaient en « commissaires aux comptes ». De quoi

---

[41] Ibid., p.16.

[42] Ibid., p.200.

[43] Ibid., p.199.

[44] Ibid.

apporter quelques précisions sur la définition de la technique de vérification des faits : *« le fact-checking ne doit pas s'ériger en juge de paix de la bonne politique. Il a la vue courte. Il permet de s'assurer de l'authenticité des sources citées, de la solidité des arguments, parfois de la malhonnêteté de ceux qui les avancent. Mais pas de la cohérence d'un projet ni de son souffle. Il ne remplace pas le débat d'idées, qui demeure le cœur de la politique. Il est à son service. Pour en garantir sinon la vérité, au moins l'honnêteté. »*[45]

Il remet ainsi en contexte le rôle démocratique de la pratique, qui ne vise non pas à se substituer au politique mais à en apporter, le cas échéant, la contradiction. Et si la systématisation du recours au « fact-checking » peut constituer une dérive, toujours est-il qu'elle semble un bon moyen de redonner crédibilité et légitimité aussi bien à la profession de journaliste qu'à celle de responsable politique.

Dans le baromètre TNS-Sofres 2015 sur la confiance dans les médias, une question sur le « fact-checking » a été posée à l'ensemble des personnes interrogées. Voici son énoncé :
« selon vous, la démarche consistant à vérifier l'exactitude des informations, affirmations et chiffres donnés par les responsables politiques ou les experts lorsqu'ils prennent la parole dans les médias (que ce soit à la radio, à la télévision ou sur Internet) devrait-elle être … »
Voici le tableau récapitulatif :

— Base : Ensemble —	**Janvier 2015**
Systématisée et réalisée en temps réel par les journalistes lors des prises de paroles des responsables politiques et des experts	**34**
Renforcée mais sans être nécessairement systématisée et réalisée en temps réel par les journalistes	33
Ou ce n'est pas le rôle des journalistes de dire ce qui est vrai ou faux, les gens peuvent se faire leurs propres opinions et vérifier directement les informations par eux-mêmes.	25
SANS OPINION	8
	100%

Si la majorité des voix va pour une systématisation de la pratique avec 34% des suffrages exprimés, elle est talonnée de très près (33% des suffrages) par ceux qui souhaitent un

[45] Ibid., p.201.

renforcement sans nécessairement cette systématisation. Si l'on ajoute ces deux résultats en faveur du « fact-checking », on voit tout de même que parmi les personnes interrogées, 67% d'entre elles plébiscitent son utilisation. Un chiffre élevé qui - même si là encore il doit être relativisé - montre l'attrait de ce « phénomène », véritable mode médiatique du moment et qui devient un genre journalistique à part entière. Quant aux critiques dont font preuve les professionnels de l'information, Cyril Lémieux présente, à la fin de son enquête menée dans « Mauvaise presse », que *« les journalistes pouvaient limiter les différents reproches dont ils sont la cible s'ils s'efforçaient de respecter plus inconditionnellement dans les situations publiques un certain nombre de règles dérivées de la grammaire publique (parmi lesquelles […] le recoupement, l'administration de preuves recevables juridiquement, etc.) »*[46]
Tous les voyants seraient donc au vert. Le « fact-checking » n'en aurait pas fini de son développement.

Dans une deuxième partie, nous allons nous arrêter sur le contexte de production de l'information en ligne en revenant sur les différentes étapes. L'idée va être de comprendre comment le numérique, qui a fait émerger la technique de vérification des faits, modifie les pratiques journalistiques en devant répondre, notamment, à des impératifs d'instantanéité. Comment vérifie-t-on une information lorsque la temporalité est réduite ? Ensuite, dans un second temps, nous reviendrons sur la rubrique des « Décodeurs » du site lemonde.fr, en tentant d'analyser les contenus publiés et en montrant, aussi, l'usage qui est fait du « fact-checking », qui sort de sa dimension de « genre journalistique à part entière » pour s'intégrer au mouvement du « journalisme de données » ou « datajournalisme ».

[46] Lémieux C.(mars 2000), *Mauvaise presse – une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, éditions Métailié, p.448.

II) Information en ligne et vérification des faits

1) Les étapes de la production de l'information en ligne

Comme rappelé en introduction, la vérification des faits est une prérogative qui est aux fondements mêmes de l'activité journalistique. Si celle-ci s'est développée et intégrée à mesure que la profession construisait sa propre grammaire (déontologie, règles, normes …), elle a évolué depuis ses débuts, notamment avec l'avènement du Web. Désormais, le nombre de données disponibles est considérable. Sur Internet, le nombre de sites, blogs, forums, réseaux sociaux … susceptibles de contenir des informations pouvant être intéressantes pour le journaliste est difficilement quantifiable. Ce dernier se trouve au cœur d'un processus de production en pleine mutation : il doit, en partie, réapprendre à traiter l'information en ligne, qui répond à des codes et des caractéristiques qui lui sont propres. L'utilisation du « fact-checking », telle qu'on peut la voir dans les médias aujourd'hui, s'est développée tout d'abord en ligne avant de progressivement trouver une place dans l'ensemble des médias (cf. l'annexe « panorama du « fact-checking » dans les médias français »). La pratique requiert des aptitudes qui n'étaient jusqu'alors pas mobilisées, ou en tout cas pas dans ces dimensions, dans la presse écrite. A tel point que, pour de nombreuses rédactions, la fonction de vérification est devenue une spécialité (cf. l'exemple du Der Spiegel ci-dessous).

Der Spiegel, ce maître du « fact-checking »

Le bimensuel de l'école de journalisme de Columbia aux Etats-Unis a publié en avril 2010 une conversation de Craig Silverman[47], rédacteur pour BuzzFeed au Canada, avec deux « fact-checkers » de l'hebdomadaire allemand du Der Spiegel, considéré comme l'un des fleurons du journalisme d'investigation à travers le monde. On apprend que la technique de vérification des faits (même si elle a considérablement évolué depuis) a été réellement introduite dans les années 1950 au sein de la rédaction. Les deux spécialistes évoquent que près d'une centaine de personnes travaillent sur la vérification des faits, dont 80 à temps plein. Ceux-ci sont répartis selon six aires d'expertise identifiées par l'hebdomadaire : la politique, la science, l'économie, les affaires étrangères, la culture et le sport. On ne trouve pas seulement des « fact-checkers », mais aussi des personnes travaillant sur le traitement des bases de données et sur l'indexation de l'information. Ils expliquent aussi qu'une personne est chargée de vérifier les faits, tandis qu'une autre vérifie les photos. Si le Der Spiegel est l'un des pionniers du « fact-checking », il l'est aussi quant à la manière de penser la production de l'information. L'originalité de leurs démarches repose principalement sur la coopération entre les auteurs des articles et les « fact-checkers ». Comme l'explique Axel Pult, l'un des deux

---

[47] Silverman C., *Columbia Journalism Review*, repéré en mars 2015 à http://www.cjr.org/behind_the_news/inside_the_worlds_largest_fact.php?page=all

spécialistes, ces derniers ne sont pas uniquement chargés de vérifier les faits. Leur rôle est double : ils accompagnent d'abord les auteurs dans le processus de recherche d'informations, avant ensuite de reprendre leur casquette de vérificateurs des faits. Cette conception collaborative rompt ainsi avec le modèle américain (largement repris en France) selon eux, où le fact-checker n'est mobilisé qu'une fois l'article écrit.

Dans son ouvrage « Le journalisme numérique », Alice Antheaume, la directrice adjointe de l'école de journalisme de Sciences Po Paris, également journaliste pour Slate et chroniqueuse dans l'émission « Médias le mag » sur France 5, revient sur la chaîne de production de l'information en ligne. Elle explique notamment que les étapes de traitement sont les mêmes en ligne ou hors-ligne, à travers le quatuor *« enquêter, vérifier, raconter, diffuser »*. Mais, *« ce qui change, dans la sphère numérique, c'est la façon dont elles sont réalisées. Car on n'enquête pas de la même façon sur le terrain réel que sur le réseau, on ne vérifie pas les mêmes éléments, on n'utilise pas les mêmes outils ni les mêmes formats pour mettre en scène une information et la diffuser en ligne »*[48]. Sur les données chiffrées, elle explique qu'on peut en trouver énormément sur Internet. La difficulté réside dans le fait de trouver lesquels vont être vraiment pertinents pour le lecteur. Par exemple, le développement du mouvement des données ouvertes ou « Open Data » a contribué à favoriser l'accès des journalistes à tout un tas de sources potentielles, provenant aussi bien de collectivités publiques que d'entreprises privées. Elle prend notamment l'exemple de l'enquête de lemonde.fr qui, en 2012, a exploité les données d'Ameli-direct, le site de l'Assurance maladie, pour pointer les régions où les médecins pratiquaient des dépassements d'honoraires et celles qui, au contraire, les respectaient le plus. Pour bon nombre de spécialistes, repris ici dans l'ouvrage, *« certains des postes les plus recherchés et les mieux payés des dix prochaines années vont revenir à des statisticiens Internet et autres prospecteurs de données (« data miners ») »*[49]. De quoi assurer du travail aux « fact-checkers ».

Comment s'effectue le travail de vérification en ligne et quelles en sont les règles ? Selon Alice Antheaume, il exige un « tamisage scrupuleux ». Reprenant les propos du journaliste britannique Paul Bradshaw, elle explique qu'il faut suivre la règle des « 3C », pour « Content, Context and Code ». *« Il s'agit d'examiner le message (contenu) de tout document trouvé sur le Web, d'analyser l'environnement (contexte) dans lequel il a pu être produit ou diffusé, et enfin, d'inspecter la technique (code, c'est-à-dire le matériel et le format) avec laquelle il a*

---

[48] Antheaume A. (2013), *Le journalisme numérique*, Paris, Presses de Sciences Po, Chapitre 4 : la chaîne de production.

[49] Ibid., section « Des chiffres encore inexploités ».

été fabriqué. »[50] Venant s'ajouter aux « 5W » (qui, quoi, où, quand, pourquoi) traditionnels, cette règle est essentielle pour prendre en compte une dimension de la production de l'information en ligne : l'instantanéité. Vérifier une information en temps réel, tel est le défi des « fact-checkers ». En 2011, les primaires socialistes sont l'occasion de voir apparaître le « fact-checking » en direct. Les propos des candidats sont passés à la loupe dans un souci d'immédiateté. Si certaines données sont assez simples à vérifier (l'auteure prend l'exemple des propos de Valérie Pécresse en 2011 disant que les Français fument de moins en moins, or une rapide recherche sur Google d'un journaliste de France TV Info montrent que les derniers chiffres de vente de tabac dans le pays étaient en augmentation), certaines sont plus difficiles et nécessitent plus de temps, en fonction du thème en question. Alice Antheaume explique que *« la parade réside dans la préparation en amont. Si le président de la République a prévu de s'adresser aux Français en direct à la télévision, les rédactions ont intérêt à travailler à l'avance sur les thèmes qu'il est susceptible d'évoquer et à anticiper les promesses qu'il pourrait faire, en élaborant sur chaque sujet des fiches réunissant chiffres et données, afin d'y puiser, le moment venu, de quoi procéder à des vérifications rapides. »*[51] Reste que cette configuration repose sur un agenda, politique ici, clairement défini et possible à anticiper. Ce qui n'est pas toujours le cas.

L'auteure revient ensuite sur quatre « étapes indispensables d'un travail d'enquête journalistique adapté aux spécificités du numérique ». Pour elle, le journaliste Web se doit respectivement de :

- Identifier le contenu
- Fournir le contexte
- Confirmer l'information
- Surveiller le réseau

On retrouve ici en grande partie les « 3C » explicités précédemment. Même si cette schématisation s'applique à l'ensemble de l'activité journalistique en ligne, ces quatre étapes établissent une base solide quant à l'exercice du « fact-checking ». Alice Antheaume relève toute une série d'éléments permettant de savoir d'où proviennent les informations et si elles sont fiables. Il faut d'abord vérifier si le compte – qu'il s'agisse d'un réseau social, d'un blog ou autre - de la personne ayant signalé un événement est authentique. Ensuite, plusieurs questions sont à poser une fois le contact établi : quelle est l'identité de la personne ? Etait-elle sur les lieux ? Peut-elle donner des explications sur les circonstances de l'événement ? Si elle dispose d'images ou de vidéos, peut-elle les envoyer ? Ces recommandations, même

---

[50] Ibid., section « Vérifier ».

[51] Ibid.

indicatives, peuvent permettre d'éviter la mise en ligne de mauvaises informations. Ensuite, comme l'explique l'auteure, *« le journaliste doit pouvoir comprendre ce qui est montré dans l'élément glané sur le Web et ce qu'il s'est passé avant et après. Il doit contextualiser l'ensemble en donnant, a minima, la date, le lieu, les acteurs de l'événement ainsi que quelques repères nécessaires à la compréhension des faits. »*[52] Pour confirmer l'information, le recoupement est une consigne primordiale, d'autant plus pour les agences de presse. Néanmoins, comme l'explique Alice Antheaume, cette règle *« qui suppose d'obtenir de plusieurs personnes la même information avant de la publier, ne met pas à l'abri des bévues »*[53]. Enfin, surveiller le réseau mobilise un autre paramètre pour le journaliste : le doute. Si des internautes signalent qu'il est en train de se passer quelque chose ou émettent des interrogations sur un sujet, il faut veiller à la véracité de celles-ci. Certes plus aléatoire, ce paramètre renoue avec le fameux « esprit critique » dont doit faire preuve constamment (dans l'idéal) le professionnel de l'information.

Les limites et les défis de la technique de vérification des faits

De nombreux journalistes français se sont montrés favorables quant à cette technique de vérification des faits. En 2012, le « fact-checking » se révèle aux yeux de l'Hexagone. L'élection présidentielle érige la pratique en genre à part entière. Les médias ouvrent leur propre rubrique, les paroles des candidats sont observées avec la plus grande attention. Dans un article publié sur le site d'Acrimed en novembre 2014, Benjamin Lagues dresse un portrait critique du « fact-checking », en s'appuyant sur des exemples relayés par ces médias. S'il conçoit que le technique *« peut être saine et féconde pour le journalisme »*, il détaille que dans certains cas, celle-ci *« a parfois été dévoyée pour devenir dans certains cas une pratique inutile, voire contre-productive »*[54]. Le premier élément qu'il soulève est qu'il arrive que le « fact-checking », érigé en rubrique quotidienne, n'en devienne un prétexte pour finalement ne rien démontrer. Tous les jours, il faut alors trouver de quoi vérifier, tenter de dévoiler un mensonge d'un personnel politique … Ce qui, bien sûr, n'est pas toujours le cas. La deuxième limite que pointe Benjamin Lagues, c'est une vérification orientée politiquement. Il prend l'exemple de la rubrique « Désintox », tenue par Cédric Mathiot. Si la ligne éditoriale de Libération est connue, et en ce sens peu surprenante, le journaliste regrette que la rubrique ne s'arrête parfois que sur des éléments de forme, et non pas vraiment de fond. Une déclaration à l'emporte-pièce d'un homme ou d'une femme politique (de droite de préférence), et la démonstration du contraire tombe. Le « fact-checking », certes, joue son rôle, mais ne

---

[52] Ibid., section « Fournir le contexte ».

[53] Ibid.

[54] Lagues B. (2014), *Acrimed*, repéré en novembre 2014 à http://www.acrimed.org/article4500.html

contribue pas vraiment au débat d'idées et manque de contextualisation. L'auteur prend l'exemple des propos de Brice Hortefeux sur la réforme pénale, selon lequel « la loi Taubira aboutira à ce que 30% des condamnés à de l'incarcération ne soient finalement pas emprisonnés ». En s'appuyant sur la loi, on s'aperçoit que c'est faux. Et c'est tout. Enfin, Benjamin Lagues revient sur des vérifications partielles, visant davantage à savoir si la source citée par un élu (exemple ici d'Alain Juppé) est correcte et pas surévaluée. *« Vérifier certains faits pour apprécier le débat public… ou vérifier les faits simplement parce qu'ils sont vérifiables ? »*[55], se demande le journaliste. Et d'ajouter : *« Rapidement victime de son succès, le « fact-checking » est en réalité devenu un genre quasi-autonome dans certains médias : équipe dédiée, chronique quotidienne, rubrique hebdomadaire, etc. In fine, puisqu'une case est à remplir, il fallait vérifier à tout-va. Et dans l'urgence, souvent, seules les données les plus rapidement vérifiables sont analysées. Résultat : une vérification industrielle des faits, mais une production parfois famélique d'informations. »*[56]

Si la vérification des faits peut paraître dématérialisée en ligne, elle n'en reste pas moins complémentaire, sur des événements en direct, avec une autre dimension : la réalité du terrain. Le danger explique l'auteure est, lors d'événements importants en train de se produire, de confondre vitesse et précipitation. Si transmettre l'information le plus rapidement possible est un objectif, toujours est-il que ce n'est pas un impératif. Encore faut-il être sûr de l'information en question. La crédibilité est un terme important pour n'importe quel média, les lecteurs – téléspectateurs – auditeurs – internautes s'appuyant sur cette légitimité réelle ou supposée. Alice Antheaume prend l'exemple du traitement fait par le New York Times de la tuerie de Newtown, aux Etats-Unis, en 2012. Quotidien de référence, il avait commis des erreurs et révélé des informations fausses en Une de leur édition, en divulguant notamment le mauvais nom du tueur. Dans une tribune, la « public editor » (représentante des lecteurs) du New York Times Margaret Sullivan insistait sur le fait *« qu'il ne suffit pas de publier vite, il faut publier vrai »*.[57] Elle expliquait que le chef de la police, selon une des reporters présente sur le terrain, était mis sous pression par les médias et n'avait transmis des informations que partiellement vérifiées. Preuve s'il en est que la réalité du terrain peut également être trompeuse, et pas toujours facile à vérifier.

---

[55] Ibid.

[56] Ibid.

[57] Sullivan M. (2012), Getting it first or getting it right?, *New York Times*, repéré en avril 2015 à http://www.nytimes.com/2012/12/23/public-editor/getting-it-first-or-getting-it-right.html?_r=0

La vérification des faits en ligne nécessite donc un très grand nombre de précautions dont le bon respect conditionne souvent la qualité de l'information qui va en sortir. De la même façon, le « fact-checking » incarne, dans une catégorie à part entière, cette suspicion permanente du journaliste et apparaît comme le garant de la crédibilité de l'information (vérification, recoupement). Mais dans quelle mesure les « fact-checkers » sont-ils aussi des vérificateurs d'images ? Cela relève-t-il de leur compétence ? Pour le Der Spiegel (cf. encart), la réponse est négative. La rédaction est organisée de telle façon que les « fact-checkers » ne travaillent pas sur la vérification des images. Mais si le quotidien allemand fait office de pionnier en la matière, avec des équipes nombreuses qui n'ont pas d'égal en Europe, leur modèle est encore largement exceptionnel. Dans « le journalisme numérique », Alice Antheaume explique que *« les journalistes exerçant dans des pays où le pouvoir n'utilise pas de photos truquées à des fins de propagande ont perdu le réflexe de s'interroger sur la fiabilité d'une image. Il leur faut pourtant le retrouver, car l'ère du numérique voit se multiplier les montages visuels. »*[58] Un conseil en guise d'avertissement, après des utilisations détournées d'images par les médias (la fausse photo du cadavre de Ben Laden en 2011 n'est pas si loin). Mais l'informatique a commencé à prendre le pas sur la vérification manuelle. L'Associated Press ou la BBC se sont dotées d'un moteur de recherche baptisé « Tineye » permettant de savoir s'il s'agit de la photo originale. L'Agence France-Presse utilise « Tungstène », un logiciel capable de détecter si l'image a été modifiée. Cette informatisation de la vérification s'étend progressivement, au point de gagner *ipso facto* le « fact-checking ».

Dans un article du journaliste américain Ari Melber publié sur le site de PBS, celui-ci soulignait que désormais, *« nous sommes tous des fact-checkers »*[59]. Il introduit l'idée selon laquelle - alors que la profession commence à peine à mettre un nom sur la pratique – le « fact-checking » est en train de mettre fin à l'oligopole de la presse en matière de vérification des faits. En reprenant les propos de Jay Rosen, professeur de journalisme à l'université de New-York, il explique que *« la contribution de sites et blogueurs consacrés au fact-checking représente probablement un peu de l'intensité du cycle de vérification des faits. »*[60] Ainsi, le travail collaboratif constituerait la base de la pratique. Des équipes qui travaillent ensemble (comme celles du Der Spiegel), des citoyens qui échangent leurs informations sur les réseaux sociaux et contribuent à la veille journalistique… Cet enchevêtrement d'acteurs dans la sphère numérique redessine en tout cas les rapports aux sources, et même les contours de la profession. Dans un article publié dans Les Cahiers du Journalisme, Jérémie Gandin, Pierre

---

[58] Antheaume A. (2013), *Le journalisme numérique*, Paris, Presses de Sciences Po, Chapitre 4 : la chaîne de production, section « Vérifier des images ».

[59] Melber A. (2012), Why fact-checking has taken root in this year's election, *PBS*, repéré en mars 2015 à http://www.pbs.org/mediashift/2012/09/why-fact-checking-has-taken-root-in-this-years-election249

[60] Ibid.

Savary et Corinne Vanmerris expliquent que l'existence simultanée des acteurs « médiatiques » (journaux papiers, stations de radios, chaînes d'info en continu, blogs, réseaux sociaux etc.) contribuent à un trop-plein d'informations. Et d'ajouter : *« cela rend encore plus indispensables et incontournables les principes fondamentaux, élémentaires du métier, ceux d'hier et d'avant-hier, socle de base de la profession […] tant ils sont d'actualité et tant ils sont la planche de salut de la profession. Ces bases sont connues : vérifier, recouper, sourcer, expliquer, mettre en perspective un fait pour qu'il soit ensuite assimilé, compris, reçu, pour provoquer une réflexion, un débat, une prise de position du citoyen. »*[61] L'avenir passerait par un retour aux fondamentaux et le « fact-checking », comme décrypteur des milliards de données présentes sur le Web, pourrait ainsi s'inscrire comme l'une des pierres angulaires de la production d'informations en ligne.

2) Le « nouveau fact-cheking » de la rubrique des Décodeurs du site **lemonde.fr**

D'abord un blog, créé en 2010 par Samuel Laurent, les Décodeurs du Monde, apôtres du « fact-checking » en France (avec la rubrique Désintox de Libération, lancée deux ans plus tôt), sont devenus début 2014 une rubrique à part entière figurant sur le site du plus célèbre quotidien de France. Nouvelle place, au cœur du site donc, mais aussi nouvelle dimension, illustrée par une devise : « Venons-en aux faits ».

LES DÉCODEURS

VENONS-EN AUX FAITS

Logo et devise figurant sur la rubrique des Décodeurs sur lemonde.fr

D'entrée, on s'aperçoit que les Décodeurs se sont enrichis (dire que l'analyse de contenu a été effectuée telle date). Le blog consacré à la vérification des faits (très majoritairement ayant trait à l'actualité politique française) comporte désormais cinq sous-rubriques : datavisualisation, vérification, nanographix, contexte, en bref. Avant de revenir en détail sur ce que comportent celles-ci, continuons de jeter un œil à la page de une. En-dessous, on trouve un onglet « Vrai-Faux » qui fait le point sur les intox et rumeurs. Il reprend ainsi, en s'arrêtant sur des sujets sociétaux, le principe de fonctionnement du site hoaxbuster.com. Sauf

---

[61] Gandin J., Savary P., Vanmerris C. (2010), La formation des journalistes face à l'innovation technologique, *Les Cahiers du Journalisme*, n°21, « Le numérique redessine les contours de la profession », p.192-201.

qu'ici, en apparence, pas de canulars à démasquer ou de « hoax » à éteindre mais des approfondissements sur des sujets d'actualité, comme la réforme du collège. Un sujet fait également la Une : ici, la conférence européenne « DataHarvest », consacrée au datajournalisme. Tout un symbole. Sur le côté, on peut voir que des éléments de présentation de la rubrique viennent aiguiller le lecteur : un court mode d'emploi, un lien vers la charte des Décodeurs, un autre vers l'équipe, et un formulaire invitant les internautes qui le souhaitent à collaborer avec les journalistes en posant leurs questions. Tous ces éléments sont essentiels et composent le cœur de la rubrique. (cf. annexe « Décodeurs 1 »)

L'organigramme des Décodeurs

Le mode d'emploi : Force est de constater que ces quelques lignes présentant le rôle de la rubrique ont bien changé depuis le blog. A l'époque, les explications étaient les suivantes :
« Ce blog du Monde.fr se propose de passer au crible les propos des hommes et femmes publiques pour y démêler le vrai du faux. Envoyez-moi vos interrogations sur les propos tenus dans les médias à l'adresse lesdecodeurs@gmail.com ou sur le compte Twitter du blog. Nous vérifierons ensemble la véracité des déclarations, à partir de sources fiables et transparentes et d'interlocuteurs de référence. »[62] Signés du service politique du Monde, les propos tentaient de dessiner les missions du blog, entièrement dédié au « fact-checking ». Désormais, le message introduit deux nouvelles entrées qui viennent directement densifier l'offre proposée jusqu'alors : la mise en forme et la contextualisation.

La charte : En 10 points, elle dresse les principales caractéristiques de la rubrique des Décodeurs. Des points « évidents », explique-t-elle, mais aussi d'autres plus « spécifiques »

1) Donner du contexte et des faits

L'équipe réaffirme son appui sur des faits qu'elle veut « les plus objectifs possibles », en travaillant sur des statistiques, des lois, des chiffres etc. *« Nous ne faisons pas du journalisme spéculatif »*[63]. Les Décodeurs se démarquent de tout esprit partisan.

2) Vérifier informations et déclarations publiques

Le point central du précédent blog. La vérification est ici perçue dans une dimension plus globale que le seul « fact-checking ». La chasse aux « assertions » est clairement revendiquée. La notion d'instantanéité ne figure pas dans la charte.

3) Expliquer simplement

---

[62] Blog des Décodeurs du Monde, repéré en 2014 à http://decodeurs.blog.lemonde.fr/

[63] Charte de la rubrique des Décodeurs du site lemonde.fr, repéré en mars 2014 à http://abonnes.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/03/10/la-charte-des-decodeurs_4365106_4355770.html

Ce troisième point met en avant deux éléments. Tout d'abord, l'extension des sujets traités. Tout sujet d'actualité est susceptible de faire l'objet d'un article. Le second élément est la volonté de s'adresser à tous les internautes. En plaçant la contextualisation au centre de ses préoccupations, les Décodeurs, comme leur nom l'indique, entendent décrypter l'actualité par des articles contextualisés.

4) Le texte n'est qu'une option

Les moyens de transmission de l'information changent. Comme précisé dans la charte, si un sujet permet d'être plus facilement compréhensible en ayant recours à un graphe ou une vidéo, ces moyens seront privilégiés. Une évolution majeure.

5) Les données sont des informations

« Le datajournalisme – le traitement, la mise en forme et en scène des informations – constitue l'un des axes que nous privilégions pour traiter l'information. »[64] Difficile d'être plus clair. Nous reviendrons sur la mutation d'un blog de « fact-checking » à une rubrique de datajournalisme.

6) Publication des sources utilisées

Par souci de transparence, mais aussi car les données sont au cœur des Décodeurs et que la vérification induit explicitement une publication des sources, celles-ci, lorsque cela est possible, sont mises à la disposition des lecteurs.

7) Donner l'information dès qu'elle est vérifiée

En précisant que les longs articles ne sont pas la norme pour transmettre l'information, les Décodeurs nuancent leur non-préoccupation pour l'instantanéité. Dès qu'une information est vérifiée, elle est mise en ligne, quitte à revenir dessus de façon la plus adéquate possible. L'assemblage de « briques d'informations » peut se faire a posteriori.

8) Une information sociale

Le partage sur les réseaux sociaux est un autre point fondamental de la rubrique. L'idée est de faire naître le débat, et ce quelle que soit la plateforme.

9) Associer le lecteur aux contenus

Associer le lecteur au contenu. L'objectif par rapport au blog est toujours le même. « Les remarques peuvent donner lieu à des modifications ».

10) Être au service des lecteurs

Ce point était la raison d'être du blog des Décodeurs, comme évoqué dans le mode d'emploi. En mettant le lecteur au centre des préoccupations, en tentant de répondre à ses interrogations sur l'actualité et aux polémiques éventuelles lancées sur les réseaux sociaux, l'équipe veut se placer dans un rapport direct avec ceux qui les lisent.

---

[64] Ibid.

L'équipe : L'un des autres gros changements par rapport au blog. Le service politique du Monde n'est plus le référent. Un coordinateur, trois rédacteurs, deux datajournalistes, un éditeur réseaux sociaux et deux infographistes composent la nouvelle équipe des Décodeurs. Les compétences sont donc très diversifiées et les journalistes, qui contrôlaient les contenus, ne sont plus seuls. Le travail collaboratif est renforcé. Inspirés, pour reprendre l'expression d'Éric Dagiral et Sylvain Parasie, du « journalisme hacker », les Décodeurs font désormais entrer des professionnels extérieurs à la sphère journalistique dans leur processus de production de l'information. Samuel Laurent est le responsable de la rubrique, Mathilde Damgé et Alexandre Pouchard sont les rédacteurs, Maxime Vaudano est datajournaliste, Jérémie Baruch s'occupe des infographies tandis que Anne-Aël Durand et Madjid Zerrouky sont les éditeurs.

Les articles figurant sur la page d'accueil sont triés par ordre chronologique. On peut s'apercevoir également que tout un panel de genres journalistiques est représenté, en fonction des sujets : ici, on trouve par exemple un post de blog, un décryptage, une synthèse, une analyse, des visuels interactifs, des comptes-rendus, des brèves… (cf annexes « Décodeurs 2-3-4 ») L'idée, comme expliqué dans le mode d'emploi et plus largement dans la charte, est de faire correspondre différents temps de l'information – entre des articles plus longs qui creusent les sujets et d'autres plus synthétiques transmettant l'information dès qu'elle est vérifiée - avec le mode de traitement qui lui correspond. Si une thématique se prête davantage à une représentation visuelle et permet une meilleure contextualisation des enjeux, cette option sera choisie.

Les choses ont changé pour les Décodeurs avec leur intégration au site lemonde.fr : ceux-ci sont passés d'un blog de « fact-checking » clairement assumé à une rubrique ayant une conception plus large des « faits », où le « fact-checking » n'est plus qu'un instrument. Désormais, comme explicité ci-dessus, une tendance forte se dégage : celle d'une plus grande importance accordée à la contextualisation, à la mise en forme visuelle, et ce sur tous les sujets, non plus seulement politiques. Jusqu'à la présentation de cette nouvelle mouture des Décodeurs, on peut penser que la technique de vérification des faits était assez restrictive. Elle s'arrêtait principalement sur les paroles d'hommes et de femmes politiques, sans nécessairement chercher à aller plus loin. Cette ouverture au journalisme de données et l'intérêt plus prononcé porté à la contextualisation font en effet entrer le « fact-checking » dans une dimension bien plus large, où vérification rime aussi avec datavisualisation. Sans aller jusqu'à dire que ces nouveaux Décodeurs ont révolutionné les pratiques (le site Owni était à ce niveau l'un des pionniers en France sur le traitement et la présentation des données), ils ont permis de faire évoluer les prérogatives qui semblaient dues aux « fact-checkers ». Dès

lors que ceux-ci étaient capables de vérifier des affirmations portées par des responsables politiques, en recourant aux ressources offertes par le Web, ils étaient capables de le faire sur un ensemble de thématiques bien plus larges et de faire des papiers explicatifs (« pédagos ») permettant à tous de comprendre les enjeux de tel ou tel sujet. De plus, en tirant profit des compétences de tierces personnes (graphistes, développeurs, datajournalistes) intégrées à l'équipe, cela permet un traitement beaucoup plus large des informations. Dans un article publié en mars 2015 (« 3 idées reçues sur les Décodeurs ») (citer) et célébrant le premier anniversaire de la rubrique, Samuel Laurent et l'équipe des Décodeurs expliquent leur mode de fonctionnement. Ils se définissent comme une « armée de l'ombre », leurs papiers n'étant souvent signés que par la mention « Les Décodeurs ». L'apport régulier des membres de différents services du journal Le Monde (lors d'événements en « live » notamment, comme lors de l'attaque de Charlie Hebdo) et le fait que deux postes d'infographistes et de rédacteurs soient tournants sont deux arguments qui permettent de comprendre ce choix plébiscitant le travail collectif à la signature individuelle. L'article dresse également un bilan du travail de « fact-checking », estimant attaquer aussi bien la gauche que la droite dans leurs « vérifications », et en profite pour réaffirmer que les Décodeurs n'ont pas vocation à être des spécialistes de telle ou telle thématique pour pouvoir bien la traiter. En précisant que la contextualisation est l'affaire de tous et que chaque journaliste doit être capable d'expliquer un sujet, même en apparence complexe, au plus grand nombre, on retrouve les prérogatives classiques du rôle du journaliste.

Si l'on se penche désormais sur les sous-rubriques, on s'aperçoit que certains articles sont présents dans plusieurs d'entre elles. C'est le cas notamment d'un décryptage intitulé « Valls dit-il vrai sur les inégalités à l'école ? », que l'on retrouve dans la sous-rubrique « contexte » et « vérification ». Ici, elles apparaissent comme complémentaires, l'une revenant sur les propos directs tenus par le Premier ministre à un instant T, l'autre remettant dans un contexte plus global la réflexion portée par Manuel Valls. La sous-rubrique « nanographix » s'attache elle à mettre en perspective tout un tas de données chiffrées sous forme de graphiques censés faciliter leur compréhension par le lecteur. On retrouve le même objectif dans la « datavisualisation », où l'adage « un graphique vaut mille mots » prédomine. Pour prendre un exemple, l'état des lieux du cinéma en France présenté par les Décodeurs avant le festival de Cannes[65] explique en trois visuels interactifs l'évolution de la fréquentation, des audiences et des salles de cinéma dans le pays ces dernières années.
A travers ces différentes sous-rubriques, les Décodeurs s'attachent à remplir les différents temps de l'information : « en bref » fait le point sur l'actualité chaude ; « vérification » éclaire

[65] Grandin J. (2015), Etat des lieux du cinéma en France, *Le Monde*, rubrique des Décodeurs, repéré en mai 2015 à http://abonnes.lemonde.fr/les-decodeurs/visuel/2015/05/13/etat-des-lieux-du-cinema-en-france_4632693_4355770.html

sur des sujets de société qui font l'actualité des responsables politiques ; « contexte » complète la vérification et vient faire écho à certaines actualités internationales en prenant le temps de les contextualiser ; « nanographix » et « datavisualisation » viennent apporter au lecteur un support visuel, compilant de nombreuses données, pour permettre une compréhension simplifiée de plusieurs enjeux dans l'actualité ou encore, et c'est là tout l'apport du datajournalisme, pour faire état d'un travail d'enquête à partir de bases de données pré-existantes.

En prenant ce virage de la mise en forme de l'information et en ayant recours au datajournalisme, les Décodeurs s'inspirent des travaux que mènent déjà leurs confrères du Guardian[66], du New York Times[67] ou du média en ligne Vox[68] créé par un surdoué, Ezra Klein[69], ancien journaliste du Washington Post. Et ce n'est pas un hasard si cette évolution du blog à la rubrique a eu lieu, donnant davantage de poids au journalisme de données. Le rapport d'activité sur l'innovation au New York Times[70], qui avait fuité sur le Net en mai 2014, faisait état d'un retard du quotidien américain sur la manière de traiter l'information, par rapport à d'autres acteurs médiatiques. En renouant avec une forme d'investigation dématérialisée – la plupart des recherches de données, facilitées avec le mouvement d'open data, ayant lieu sur Internet – le datajournalisme vient faire jaillir des informations de par son utilisation du réseau, qui renferme tout un tas de chiffres et autres données qui sont importantes à mobiliser car elles permettent d'éclairer énormément de sujets sur lesquels, jusqu'à présent, bon nombre de journalistes n'avaient pas pu se frotter. Dans cette perspective, le « fact-checking » n'est plus tellement une pratique à part-entière mais davantage un instrument s'intégrant à « la boîte à outils » bien remplie des journalistes de données.

Nous allons tenter de comprendre, dans une troisième partie, à quels défis doit déjà, et devra faire face dans le futur, la technique de vérification des faits. Entre son incorporation à la sphère plus large du datajournalisme et les premières expérimentations de son automatisation, le « fact-checking », outil à la mode et reposant sur des principes fondateurs du journalisme, est bien placé pour comprendre les enjeux des nouvelles pratiques journalistiques.

---

[66] Rubrique Data du site du Guardian, repéré en janvier 2015 à http://www.theguardian.com/data

[67] Rubrique Data du site du New York Times, intitulée The Upshot, repéré en mai 2015 à http://www.nytimes.com/upshot/

[68] Site Internet du média en ligne Vox, repéré en février 2015 à http://www.vox.com/

[69] Portrait d'Ezra Klein dressé par Ijsberg, repéré en juillet 2014 à https://ijsbergmagazine.com/technologie/article/3833-ezra-klein-journaliste-surdoue-revolutionne-linfo/

[70] New York Times innovation report (2014), consultable à http://www.niemanlab.org/2014/05/the-leaked-new-york-times-innovation-report-is-one-of-the-key-documents-of-this-media-age/

III) Une fonction de vérification en pleine mutation

1) « Fact-checking » et datajournalisme

Données, chiffres, traitement, vérification, recoupement … Désormais, tous ces termes, dans le milieu journalistique, évoquent immédiatement un type de journalisme qui connaît un essor considérable depuis quelques années : le « datajournalisme ». Que désigne-t-il ? Le journalisme de données est capable, selon Alice Antheaume, *« de mettre en scène des chiffres pour raconter un sujet d'actualité »*[71]. Pour ses défenseurs, le datajournalisme est synonyme de davantage de rigueur et de précision : on ne s'appuie pas sur des opinions, mais sur des données chiffrées, des faits vérifiés et incontestables. Reste que sa définition reste floue, et que toutes les dimensions qu'il comporte ne sont pas évidentes à évaluer. Sylvain Lapoix résume les lieux communs qui reviennent : *« Pour certains, faire du datajournalisme, ce serait simplement faire trois schémas avec de jolis dessins attractifs et faciles à comprendre pour mettre en scène quelques « chiffres clés ». C'est une démarche marketing qui n'est pas fidèle à ce qu'est et peut être le datajournalisme. »*[72] Pour lui, l'industrie des informations tend de plus en plus vers le « journalisme Shiva », qui veut faire du professionnel de l'information un être polymorphe, capable *« d'écrire, faire des graphs, du son, de l'image, et en plus doit être généraliste »*. Or le journalisme de données se compose de plusieurs dimensions qui, au contraire, fondent sa pratique sur le recours à tout un tas de compétences diverses. Les Décodeurs, qui font aujourd'hui davantage office de vitrine du datajournalisme que du « fact-checking », en sont un exemple saisissant.

Sur quelles dimensions se fonde le datajournalisme ? Tout d'abord, la collaboration entre différents acteurs est une des composantes essentielles du datajournaliste, que Sylvain Parasie appelle aussi « journaliste-programmeur » ou « journaliste-hacker ». Des passionnés d'informatique – mais pas que – vont mettre en commun leurs connaissances et leurs savoir-faire avec des journalistes. Sylvain Parasie et Eric Dagiral expliquent que c'est environ à partir de 2005, avec la mobilisation pour l'ouverture des données publiques, que s'inscrit le journalisme de données. *« Un assemblage hétérogène d'entrepreneurs du Web, de militants politiques, de programmeurs informatiques, de passionnés d'informatique et de journalistes joignent leurs forces pour réclamer la libération des données produites par les pouvoirs publics […] ils investissent les technologies du Web pour concevoir un grand nombre de projets dont ils attendent qu'ils augmentent la transparence des gouvernements et la*

---

[71] Antheaume A. (2013), *Le journalisme numérique*, Paris, Presses de Sciences Po.

[72] Ouardi S. (2014), « Le datajournalisme : entre retour du journalisme d'investigation et fétichisation de la donnée », entretien avec Sylvain Lapoix, *Mouvements*, n°79, page 77.

participation des citoyens. »[73] Pour prendre un exemple, aux Etats-Unis la radio new-yorkaise WNYC avait publié une carte interactive sur le prix du lait, d'une salade et d'un pack de bières dans les commerces de la ville, en sollicitant les auditeurs pour l'aider à compléter la carte. Mais si cet aspect participatif est l'une des pierres angulaires du datajournalisme, il paraît toutefois important de préciser qu'il n'est pas le seul fait du journalisme de données. On le retrouve également pour le « fact-checking ». Les citoyens, les internautes (cf. l'appel aux questions des internautes sur le blog comme sur la rubrique des Décodeurs) participent à la transmission de l'information, en effectuant notamment un travail de veille et d'alertes sur des chiffres erronés. Il y a également un autre élément qu'il faut remettre en perspective : le mouvement de libération des données publiques. Certes, celui-ci a permis d'accéder à davantage de matière et a suscité l'intérêt commun de tout un tas d'acteurs différents, quelle que soit leur origine sociale ou leur statut professionnel. Mais cela ne s'est pas enclenché au milieu des années 2000. Beaucoup, comme le soulignent Parasie et Dagiral, étaient investis dans les communautés du logiciel libre, avec une idée déjà bien précise de ce qu'est et doit être l'Internet : un outil ouvert à tous, une aide au citoyen reposant sur une utilisation libre et non-privative. Adrian Holovaty, journaliste et développeur américain diplômé d'une école de journalisme et créateur de Django – plateforme de programmation web reconnue – et fondateur d'EveryBlock – sorte de communauté de voisinage en ligne – est l'une des figures phares qui illustre ceci.

La seconde dimension induite par le datajournalisme, c'est l'enquête. Les données sont des supports essentiels qui permettent non pas de construire brièvement des graphiques cumulatifs, mais de mener des investigations en profondeur en s'appuyant sur des bases chiffrées. Sylvain Lapoix, pour étayer cette dimension, explique qu'il y a deux approches du datajournalisme. Le journalisme « sur la donnée »[74] correspond *« à l'application d'une démarche journalistique à des données (démarche analytique, comparative, explicative) »*. Le « data-driven journalism » ou *« journalisme conduit par la donnée »*[75] équivaut lui au fait de ravaler la donnée *« au rang d'outil aidant le journalisme ». « Le point de vue en fin de compte c'est quand même de faire du journalisme : on va certes construire des indicateurs et fabriquer des éléments de références à partir de données, ce qui signifie qu'on comprend la donnée – l'idée n'est pas juste de livrer de la donnée brute (au sens informatique du terme) – mais surtout faire de l'enquête de terrain pour recontextualiser. Pour moi, datajournalisme ou pas, l'enquête de terrain est essentielle. C'est d'autant plus important que l'utilisation froide*

---

[73] Parasie S., Dagiral E. (avril 2013), Des journalistes enfin libérés de leurs sources ? Promesse et réalité du journalisme de données, *Sur le journalisme*, Vol.2, n°1, p.55.

[74] Ouardi S. (2014), « Le datajournalisme : entre retour du journalisme d'investigation et fétichisation de la donnée », entretien avec Sylvain Lapoix, *Mouvements*, n°79, page 76.

[75] Ibid.

de la donnée peut être contre-productive, il ne faut pas non plus fétichiser le chiffre ; il y a évidemment de bons et de mauvais chiffres. »[76] Cette dernière remarque sur les chiffres est également valable en ce qui concerne la mutation amorcée pour le « fact-checking ». Désormais, la sphère journalistique entend la fonction de vérification comme quelque chose de plus large, offrant moins de place à l'instantanéité et davantage à la participation aux enquêtes fouillées ou à la contextualisation. Le fact-checker semble moins se suffire à lui-même aujourd'hui. Le « fact-checking » est un outil qui doit permettre de faire émerger quelque chose d'autre, de plus grand, qui doit servir à enquêter.

Après avoir tenté de définir le plus globalement possible le datajournalisme, il convient de s'intéresser aux liens d'interdépendance entre ce journalisme de données et le « fact-checking ». Ici, nous allons nous arrêter sur un exemple précis : celui du « Véritomètre » d'Owni. Le « Véritomètre », lancé par le pure-player gratuit Owni (aussi appelé « digital think tank ») en partenariat avec I-Télé, est un projet dans lequel une équipe de cinq journalistes, deux développeurs, deux designers et une chef de projet a vérifié la crédibilité et la véracité des chiffres et des propos tenus par les candidats à l'élection présidentielle de 2012. Véritable application de « fact-checking », l'idée développée par ses créateurs était que *« le terrain politique est devenu un champ de bataille de données […] et il nous a semblé utile, chez Owni, de débroussailler ce champ de bataille et donner des clés de compréhension ».*[77] Dans « le guide du datajournalisme », Marie Coussin, datajournaliste chez Askmedia et une des fondatrices du « Véritomètre », revient sur les deux objectifs du projet :

1) *« Faire du « fact-checking » de manière ouverte. Nous voulions éclairer sur la « manipulation » des chiffres sans pour autant nous placer en juges, détenteurs de la vérité absolue des données, contrairement d'ailleurs à ce que le nom de l'application – Véritomètre, un choix finalement assez marketing – laissait supposer.*
2) *Permettre aux internautes de questionner eux-mêmes les discours des politiques et leur donner accès à des séries de données vérifiées sur les grandes thématiques de la présidentielle. »*

Une méthodologie, sorte de cahier des charges de l'application, avait été mise en place quant aux éléments nécessitant une vérification : que des données chiffrées ou chiffrables, pas de « fact-checking » prédictif ou anticipant le futur et des vérifications faites uniquement à partir de sources officielles. Cet ensemble de règles a permis au « Véritomètre » de se faire un nom et de se doter d'une forte crédibilité. Premier véritable laboratoire du datajournalisme à la

---

[76] Ibid.

[77] Gray J., Bounegru L., Chambers L., Kayser-Bril N. (août 2013), *Le guide du datajournalisme*, Eyrolles, section « Etudes de cas – le Véritomètre », p.95.

française, l'application a permis concrètement de mettre en avant les dimensions présentées ci-dessus, même si l'enquête était mise de côté. Marie Coussin emploie le terme « d'adaptabilité » pour tenter de comprendre le fonctionnement de l'équipe entre les ajouts et les mises à jour des données, la construction des visualisations, le travail des développeurs sur la plateforme, les présentations de graphiques en plein écran pour I-Télé etc. On retrouve les caractéristiques du journalisme hacker (mise en commun des compétences). Durant quatre mois, ils ont tous travaillé en commun à la fois sur la recherche et la vérification des données, mais aussi sur leur mise en forme et leur contextualisation. Cela rejoint l'idée englobante du datajournalisme, reposant sur plusieurs activités. En conclusion de sa présentation du « Véritomètre » d'Owni, Marie Coussin explique que *« se plonger dans les données pendant tout ce temps nous a rappelé à quel point il s'agit d'un sujet d'études mouvant, lié lui aussi à des choix politiques ou à des temporalités. Il n'y a pas de « vérité » dans les données, elles doivent subir un traitement journalistique comme n'importe quelle source. »*[78] Cela n'est pas sans rappeler les propos de Sylvain Lapoix, lui aussi à la base du projet.

En résumé, le « fact-checking » s'effectue, initialement, sur les chiffres énoncés par les responsables politiques. Il suffit d'ouvrir le livre de Cédric Mathiot[79] pour s'en rendre compte. Le fact-checker doit chercher dans les bases de données celles supposées comme les bonnes, les officielles. Aujourd'hui, de la même façon qu'il y a cette spécialisation de la fonction de vérification, il y a aussi celle du traitement des données, qui incombe cette fois au datajournaliste dans de plus en plus de rédactions (Guardian, Vox, Washington Post…). Les datajournalistes trouvent toute leur utilité lorsqu'ils travaillent en équipe avec des développeurs, des graphistes, d'autres journalistes, mais le coût d'une telle mobilisation pour produire l'information est un frein considérable. Owni, arrêté en décembre 2012, en est le symbole français. Si fact-checker et datajournaliste ont tout de même quelques différences, ils ont aussi des similitudes. Plusieurs dimensions sont communes aux deux : mouvement participatif, importance de la manipulation des chiffres… Mais, désormais, la tendance de fond est à une intégration de la fonction de vérification dans la sphère du journalisme de données, pour deux raisons qui semblent tenir aussi bien par effet de mode que par connivence naturelle du journalisme à l'ère numérique ; le datajournalisme inclut un travail d'enquête qui n'est, à la base, pas une prérogative du « fact-checking » (vérification assez rapide, brièveté de la mise en contexte) et il s'appuie dans une large mesure sur la visualisation de données (graphiques, infographies, datavisualisations…) comme « nouveau » support de compréhension de l'information.

---

[78] Ibid., p.97.

[79] Mathiot C. (2012), *Petit précis des bobards de campagne*, Paris, Presses de la Cité.

Données, journalisme et statistique

Lors des Assises du journalisme, qui se sont tenues à Metz en 2014, une conférence regroupant de nombreuses personnalités (Romain Hugon (journaliste), Pierre Audibert (secrétaire général du Conseil national de l'information statistique (CNIS)), Karen Bastien (datajournaliste cofondatrice de WeDoData), Béatrice Beaufils (statisticienne en psychologie sociale) et Marion Selz (statisticienne en sociologie)) (mettre en bas de page) s'est tenue, portant sur « l'information par les chiffres : peut-on compter sur les journalistes ? ». L'idée était de comprendre dans quelles perspectives le travail que réalisent les journalistes, notamment sur les données, s'apparente à celui effectué par les professionnels de la statistique. Karen Bastien a expliqué que l'analyse statistique pour la profession est primordiale, et permet de répondre à des questions que se pose la société. Elle a pris notamment l'exemple des travaux réalisés sur la question « est-ce que les villes les plus riches votent à droite et les plus pauvres à gauche ? », en tentant de démonter les clichés, ou encore sur l'examen des résultats de l'extrême droite en fonction du revenu médian. Pour être compris, explique-t-elle, les chiffres doivent être à mi-chemin entre la bonne visualisation et les articles de fond. C'est le cas notamment de l'application « Le Pariteur » qui propose, à partir d'une base de données extrêmement fournie, un jeu à l'internaute lui permettant de savoir selon son sexe s'il gagne plus ou moins qu'une femme, en précisant quelle est sa profession, son âge etc.[80] Béatrice Beaufils et Marion Selz, toutes deux membres de l'association Pénombre – espace de réflexion sur l'usage du nombre dans le débat public – ont toutefois mis en garde contre l'invasion de cette nouvelle religion du chiffre dans les médias, en précisant que *« le journaliste, avant d'être un statisticien, est un homme de terrain qui décrit les réalités »*, et qu'il *« faut être vigilant face à l'utilisation tout azimut des chiffres »*[81]. Sylvain Lapoix, dans son entretien avec Samira Ouardi, parle davantage d'une « réappropriation » de l'outil statistique par les journalistes, *« avec un objectif supplémentaire : que la donnée ne soit plus simplement un élément illustratif ou de simple argumentation, mais qu'elle soit bien le terreau et le fondement de l'enquête pour aller plus loin »*[82]. Il ajoute également qu'avec *« l'essor des nouvelles technologies et la démocratisation d'un certain nombre d'outils permettant de manipuler les données et les documents, on a désormais à disposition un certain nombre de fonctionnalités qui permettent*

[80] Application « Le Pariteur », sur le blog des Nouvelles Ecritures de France TV, repéré en mai 2015 à http://appli-parite.nouvelles-ecritures.francetv.fr/#

[81] A ce titre, voir l'ouvrage publié par l'association Pénombre intitulé *« Chiffres en folie : petit abécédaire de l'usage des nombres dans le débat public et les médias »* (1999), aux éditions La Découverte.

[82] Ouardi S. (2014), « Le datajournalisme : entre retour du journalisme d'investigation et fétichisation de la donnée », entretien avec Sylvain Lapoix, *Mouvements*, n°79, page 75.

de faire du tri, du classement, du traitement de données en grande quantité et apportent un niveau de maîtrise du matériau journalistique (statistiques, études, enquêtes…) assez proche de celui de certains statisticiens et cela ouvre la porte à un certain nombre de démarches jusque-là plutôt réservées à des infographistes »[83].

Le datajournalisme doit cependant faire face au défi de l'open-data. Si le mouvement d'ouverture des données publiques constitue une vraie avancée pour les journalistes, qui peuvent s'appuyer dessus pour mener des recherches, le rapport entretenu avec les sources officielles, qui rendent accessibles leurs données, peut avoir un effet pervers. Parasie et Dagiral interrogent le rapport des journalistes avec leurs sources[84], et dans quelles mesures ce rapport est en train de changer avec l'avènement du journalisme de données (diversification des sources (plus uniquement gouvernementales ou provenant de sources institutionnelles avec de l'autorité), plus uniquement des sources auto-centrées (élargissement territorial en lien avec le mouvement de libération des données publiques)). Mais attention cependant à ne pas voir ce mouvement comme entièrement libérateur. Les auteurs évoquent le site Chicagocrimes.org, créé par Adrian Holovaty, qui recense à partir des données policières les crimes perpétrés dans la ville. Le fait que, justement, ces données proviennent de l'institution policière pose question. Systématiser les données officielles produirait le même effet qu'avant, à savoir se contenter de ces sources officielles. Pierre Audibert, secrétaire général du CNIS présent lors des dernières Assises du journalisme à Metz, expliquait que *« laisser les organismes publics publier leurs propres statistiques est un contre-sens »*. Sylvain Lapoix, lui aussi, résumait le danger : *« L'open-data peut servir à faire, lâchons le mot, de la propagande. […] L'open-data devrait être la mise à disposition de données, à la demande des citoyens, pas la sélection communicationnelle de données par les administrations. »*[85] Sylvain Parasie, lui aussi présent à Metz dans le cadre d'une conférence entre chercheurs, s'était montré acerbe en reprenant une citation de David Burnham sur les journalistes au XXe siècle[86] : *« Si les reporters étaient honnêtes avec eux-mêmes, ils verraient qu'ils ne sont la plupart du temps que des sténographes bien payés. Quand on examine le rôle de la presse pendant la plupart du XXe siècle, on se rend compte que celui-ci a été très simple : consigner ce que ceux qui ont le pouvoir disent qu'il s'est passé ; ne jamais, ou presque jamais,*

---

[83] Ibid., p.74-75.

[84] Parasie S., Dagiral E. (avril 2013), Des journalistes enfin libérés de leurs sources ? Promesse et réalité du journalisme de données, *Sur le journalisme*, Vol.2, n°1.

[85] Ouardi S. (2014), « Le datajournalisme : entre retour du journalisme d'investigation et fétichisation de la donnée », entretien avec Sylvain Lapoix, *Mouvements*, n°79, page 79.

[86] Tirée de l'ouvrage « A law unto itself : the IRS and the abuse of power » (1991).

s'efforcer de déterminer ce que font réellement les institutions sociales – la police, les universités, les hôpitaux et le gouvernement. »

De la même façon, aussi bien pour le journalisme de données que pour le « fact-checking », se pose la question de l'objectif visé, qui implique de prendre du recul sur sa propre action. Tout ça pour faire quoi, pour montrer quoi ? Il faut que le propos soit suffisamment intéressant pour apporter quelque chose au lecteur, que ce soit une vraie information. Savoir le nombre de crimes, où ils ont eu lieu, comment, dans sa propre ville, c'est intéressant. Mais que va vraiment apprendre le lecteur ? Qu'il y a des zones plus dangereuses que d'autres ? Soit. Et ensuite ? Qu'est-ce qui va le faire revenir sur la plateforme ? Dans cette optique, les Décodeurs du Monde.fr ont complété leurs infographies et leurs datavisualisations avec du texte, du contexte qui permet d'éclairer un peu plus profondément. La réflexion qu'il faut se poser est celle de la mise en forme de l'information. Une carte, avec une masse de données brutes, incompréhensibles, n'apportera rien au travail du journaliste. « Il faut toujours rester journaliste » disait souvent un rédacteur en chef d'un quotidien régional, se poser les bonnes questions quant à savoir si une information en est une. Et ne pas faire du « data » un temple réservé aux programmeurs.

De la même façon, d'autres enjeux tendent à émerger en même temps que le journalisme de données s'étend dans les rédactions. La pluri-spécialisation des journalistes est de plus en plus considérée comme la norme. Or, comme le confie Sylvain Lapoix, *« la dilution dans le journalisme Shiva de la compétence journalistique, qui est une compétence de lecture, recherche, enquête, écriture très spécifique (c'est un métier intellectuel) prive le journalisme de son potentiel critique et donc le prive de son véritable rôle social. Parce que si on est juste des producteurs de jolis contenus et non plus des producteurs de sens […] et bien… on n'est rien. On est juste dans l'entertainment. »*[87] L'avènement du datajournalisme sonnera-t-il la fin du journaliste rubricard ? Autre enjeu, et pas des moindres : comment le journalisme de données va-t-il influencer la profession de journaliste ? Sylvain Lapoix semble convaincu de l'impact positif de ce qu'il appelle le « data-driven journalism », comme façon de se réapproprier et même de recrédibiliser le métier. D'autres, comme Sylvain Parasie et Eric Dagiral, sont plus sceptiques. Il se demande si ce type de journalisme *« n'est pas susceptible de renforcer au contraire la dépendance des journalistes aux sources institutionnelles »*[88]. Et donc, par simplification et comme le disait David Burnham, de n'être que le relais du gouvernement.

---

[87] Ouardi S. (2014), « Le datajournalisme : entre retour du journalisme d'investigation et fétichisation de la donnée », entretien avec Sylvain Lapoix, *Mouvements*, n°79, page 77.

[88] Parasie S., Dagiral E. (avril 2013), Des journalistes enfin libérés de leurs sources ? Promesse et réalité du journalisme de données, *Sur le journalisme*, Vol.2, n°1, p.53.

« Les journalistes ont besoin d'être familiers avec les données. Avant, vous dénichiez des idées d'article en discutant avec des gens dans les bars, et vous le ferez peut-être encore de temps à autre. (...) Mais maintenant, vous allez aussi devoir vous pencher sur les données et vous équiper d'outils pour les analyser et y trouver ce qui est intéressant. Et vous devrez les mettre en perspective, aider les gens à vraiment comprendre la signification de tout ceci, à comprendre ce qui se passe dans le pays. »[89]

« Un graphique vaut mille mots. Les journaux doivent cesser de ne raconter l'actualité qu'en recourant à des récits en texte. »[90]

Ces deux citations, signées respectivement de Tim Berners-Lee et Adrian Holovaty, résument les apports supposés du datajournalisme. En s'appuyant sur les données, ce nouveau mode – et aussi cette nouvelle mode – de journalisme entend apporter une nouvelle dimension à la profession. Au centre de l'argumentation des datajournalistes : des chiffres, qu'il faut s'efforcer de rendre compréhensibles, en utilisant notamment des mises en forme novatrices dans la sphère journalistique. Travailler aussi bien la forme que le fond serait, pour résumer, le défi du journaliste de demain. Un défi à multiples composantes puisque l'utilisation des données et les modifications – pas uniquement imputables au datajournalisme mais contribuant à cette tendance – du statut professionnel sont également des interrogations à part entière. Et le « fact-checking » dans tout ça ? Si les journalistes ont toujours utilisés les données chiffrées, avant même l'avènement de l'ère du numérique, la pratique a été fondatrice quant à l'évolution vers le datajournalisme. La vérification des faits invoqués par les responsables politiques s'est progressivement déplacée dans la sphère du journalisme de données, en se demandant « comment peut-on représenter de façon plus synthétique et plus parlante tous ces chiffres ? » Reste que certains médias ont préféré préserver une utilisation plus classique du « fact-checking » : la rubrique « Désintox » de Libération ne fait quasiment jamais appel à des représentations graphiques, de même que la sous-rubrique « vérification » des Décodeurs du Monde.fr est quasi-exclusivement réservée au texte, laissant les autres sous-rubriques apporter du contexte et d'autres formes de présentation, plus visuelles cette fois, de l'information. Il semble donc que dans une certaine mesure, la pratique est encore bien circonscrite dans son périmètre d'action, à savoir vérifier puis décrypter de manière littérale. Pour autant, on peut toutefois bien parler d'une certaine réappropriation de l'outil qu'est le « fact-checking » par les datajournalistes qui deviennent, eux, des spécialistes des données.

---

[89] Citation de Tim Berners-Lee reprise de l'article « « Analyzing data is the future for journalists, says Tim Berners-Lee », publié sur le site du Guardian en 2010. Repéré en mai 2015 à http://www.theguardian.com/media/2010/nov/22/data-analysis-tim-berners-lee

[90] Citation d'Adrian Holovaty reprise de l'article « A fundamental way newspaper site need to change », repéré en mai 2015 à http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/

Nous allons désormais tenter de voir, en anticipant quelque peu le futur mais en s'appuyant sur des exemples d'ores et déjà actuels, comment les réflexions s'organisent pour tenter d'automatiser certaines pratiques journalistiques comme la vérification des faits. Le « journalisme assisté par ordinateur », la « curation par algorithmes », la « robotisation de l'information »… sont autant de termes futuristes qui se murmurent – pour certains depuis longtemps – dans les rédactions. Mais quel impact peuvent avoir ces mutations sur le journalisme d'aujourd'hui et de demain ?

2) Algorithmes et robots à la conquête de la vérification des faits

Aujourd'hui, sans forcément que l'on puisse s'en rendre compte, de plus en plus de services s'automatisent dans la sphère journalistique. Les algorithmes sont partout, et deviennent même des *« camarades de chambrée »*[91]. Comment ? En réalité, plusieurs éditeurs de presse en ligne sous-traitent une partie de la page d'accueil de leurs sites. Alice Antheaume explique qu'ils en *« confient la gestion à des robots qui régentent par exemple des listes répertoriant les articles les plus envoyés, les plus commentés, les plus populaires »*[92]. Eli Pariser, président d'Upworthy, un site web spécialisé dans le contenu viral, expliquait en 2014 lors du festival South by Southwest – qui offre une large vitrine aux médias interactifs – à quoi servait l'algorithme en place sur la plate-forme : *« un algorithme est un bout de code qui nous dit ce que l'audience veut voir, et tente de trouver les éléments qui vont maintenir les lecteurs sur un site, les encourager à cliquer sur des contenus et des publicités. »*[93] Et pour se rendre compte de l'impact considérable que prennent ces programmes informatiques, Eli Pariser va droit au but : *« ces petits bouts de code sont bien plus puissants que les plus puissants des directeurs de rédactions. »*[94] La curation, terme qui désigne cette sélection et ce partage des contenus et qui a pour objectif d'améliorer le référencement d'un site web dans le but d'augmenter son audience, est un enjeu majeur pour tous les médias en ligne. Ce journalisme assisté par ordinateur (ou JAO), qui définit en réalité pratiquement toutes les actions effectuées par des journalistes sur le Net (recherche et vérification de l'information, traitement, mise en forme, publication) est en évolution perpétuelle. De nouveaux logiciels, de nouvelles applications, toujours plus performantes, renforcent la flexibilité des professionnels de l'information, qui doivent désormais lorgner un peu plus du côté des programmeurs que de leurs ancêtres écrivains, surtout en France. Bien écrire n'est plus une condition suffisante. Il faut maîtriser le

---

[91] Antheaume A. (2013), *Le journalisme numérique*, Paris, Presses de Sciences Po.

[92] Ibid., chapitre 1, section « Journalistes et robots ».

[93] Antheaume A. (2014), 5 tendances issues de South by Southwest, Slate, repéré en mai 2015 à http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2014/03/16/5-tendances-issues-de-south-by-southwest-2014/

[94] Ibid.

réseau, les nouvelles interactions sociales, sur Twitter notamment, connaître plusieurs outils … Liste non-exhaustive. Les journalistes en ligne ont vu leurs compétences, mais aussi leurs tâches, considérablement augmenter au cours des dernières années, en même temps que les rédactions accordaient de l'intérêt à la « disruption », terme très utilisé aujourd'hui. A tel point que certaines sociétés ont déjà senti flairer le bon coup en cherchant, en voulant renforcer l'automatisation de certaines fonctions, à « libérer » les journalistes de certaines prérogatives. Parfois mêmes les plus essentielles, comme tout simplement… la production d'articles. Des robots-journalistes, véritables programmes d'intelligence artificielle, commencent à faire leur apparition. Ces algorithmes, *« programmés pour produire des textes plus ou moins élaborés à partir d'informations recherchées sur Internet ou provenant de bases de données »*[95], commencent à intéresser de près les rédactions. Alice Antheaume va même plus loin. Selon elle, *« la prochaine étape est écrite : ces robots vont produire des contenus de façon autonome et pour un coût moins élevé que celui d'une production humaine. Ce n'est plus qu'une question de temps. »*[96]

Le « fact-checking » n'échappe pas à la règle de l'automatisation. En 2013, le Washington Post met en place la version bêta de son concept de « Truth Teller », ni plus ni moins qu'un détecteur de mensonges en ligne permettant de transcrire en temps réel les discours tenus par les responsables politiques et de les comparer aux vérifications déjà effectuées par les journalistes du titre. Si les propos sont bien conformes aux données vérifiées, le message « vrai » s'affiche en vert. Dans le cas contraire, le mot « faux » en rouge s'éclaire, avec une explication en-dessous qui permet de comprendre le pourquoi de cette erreur. Encore largement expérimentale, cette application n'est pas sans poser un certain nombre de questions, comme l'explique Franck Rebillard, professeur à la Sorbonne[97] : *« Si l'homme politique tient des propos ironiques, la machine ne le percevra pas. Elle ne peut remettre une citation dans son contexte. Encore moins l'interpréter. »* De plus, cette pratique de la vérification des faits est souvent réductrice, se contentant d'une opposition « vrai/faux » digne d'un commissaire aux comptes pointant les irrégularités, ce qui amène Franck Rebillard à penser que *« cette logique binaire reproduit celle du langage informatique »*. En France aussi, des expérimentations sur le « fact-checking » se montent. Trooclick, une start-up parisienne, a lancé en 2014 son système de vérification de l'information sur le Net. Pour son fonctionnement, un module doit être installé sur votre navigateur web (tout se passe en

---

[95] Citation extraite du travail réalisé par Arte en 2015 sur « Le journalisme à l'ère numérique ». Repéré en mai 2015 à http://future.arte.tv/fr/journalisme-a-lere-du-numerique-

[96] Antheaume A. (2013), *Le journalisme numérique*, Paris, Presses de Sciences Po, chapitre 1, section « Journalistes et robots ».

[97] Desplanques E. (2013), Après les robots-journalistes voici les robots spécialistes du fact-checking, *Télérama*, repéré en mai 2015 à http://www.telerama.fr/medias/apr-s-les-robots-journalistes-voici-les-robots-sp-cialistes-du-fact-checking,93246.php

anglais). Lorsque vous consultez un article, un pourcentage apparaît. En réalité, Trooclick confronte plusieurs sources traitant du même sujet que celui que vous êtes en train de lire. Une mise en perspective des faits de chacune des sources est effectuée. L'algorithme calcule ensuite la fiabilité de l'article en question, qui donne le pourcentage. Naturellement, plus celui-ci est élevé, plus l'authenticité des faits est grande. La start-up utilise surtout pour le moment cet algorithme pour des articles financiers, les boursicoteurs et autres chefs d'entreprises étant les principales cibles. Des données officielles provenant de l'Autorité des marchés financiers sont notamment utilisées comme références par le programme informatique. Le principal avantage de ces robots « fact-checkers » - et sur lequel a capitalisé le Truth Teller – est cette capacité à œuvrer en temps réel. Pour David Holmes, journaliste pour le site Pando.com, *« un algorithme peut passer au peigne fin des études du bureau du budget du Congrès américain ou des enregistrements publics plus vite qu'un modeste journaliste humain »*[98]. Plus rapides, plus précis, ces algorithmes seraient donc extrêmement efficaces et permettraient de soulager en partie le travail des journalistes. Même si pour le moment cela reste perfectible, le « fact-checking automatisé » n'a pas fini de faire parler de lui.

Plusieurs journalistes, chercheurs ou autres auteurs tentent de souligner les apports que pourraient avoir les algorithmes dans la sphère journalistique. Parasie et Dagiral[99] estiment que l'utilisation de dispositifs informatiques permettrait de réduire certaines contraintes, de temps notamment. Ils s'appuient sur les propos de Ben Welsh, journaliste-programmeur au Los Angeles Times, qui explique qu'il reçoit un mail tous les matins de la police du département, résumant les arrestations de la veille dans un fichier csv (tableur), et qu'il a mis en place un script informatique permettant d'extraire les données de ce fichier pour alimenter sa base de données. Il a également écrit des scripts qui résument les questions qu'un reporter peut se poser, en analysant les motifs d'arrestation les plus graves, les cautions les plus élevées etc. Ce cas pratique n'est pas le seul exemple témoignant des avantages du code et de la programmation informatique pour les journalistes. Lors des Assises du journalisme à Metz en 2014, Basile Simon, « journaliste-hacker » au BBC News Labs – laboratoire expérimental de journalisme assisté par ordinateur de la BBC – est revenu lors d'une conférence sur un outil développé avec un de ses collègues, et baptisé Datastringer. La BBC interroge Police for UK, site qui recense toutes les forces de police et les organisations en lien avec elles, afin d'avoir des données sur telle ou telle thématique. L'application Datastringer va ensuite classer ces données transmises par catégories, par mois, puis va les paramétrer. Tous les mois, elle va

---

[98] Holmes D. (2013), Washington Post's Truth Teller and the future of robots doing journalism, Pando, repéré en mai 2015 à http://pando.com/2013/01/29/washington-posts-truth-teller-and-the-future-of-robots-doing-journalism/

[99] Parasie S., Dagiral E. (avril 2013), Des journalistes enfin libérés de leurs sources ? Promesse et réalité du journalisme de données, *Sur le journalisme*, Vol.2, n°1, p.57.

rendre compte de l'évolution des arrestations par catégories. C'est alors le bon moment pour faire un article et utiliser les informations déjà triées et recensées. Pour Basile Simon, « cela permet de ne pas passer 10 000 coups de fil aux forces de police ».

Mais la curation par algorithmes peut aussi avoir des dangers. Dans son ouvrage « le journalisme numérique », Alice Antheaume reprend les propos de David Carr, journaliste au New York Times, pour qui il est *« impératif que ce soit les journalistes qui continuent de sélectionner les contenus (curation), ce dont quelques sites américains se sont fait la spécialité, plutôt que de confier la tâche à des algorithmes »*[100]. L'exemple qui découle de ce constat est celui des « fermes de contenu ». Ces sites, qui emploient des pigistes mais qui sont de plus en plus automatisés, produisent en masse des contenus avec peu voire pas de valeur informative en se basant sur les recherches les plus populaires sur les moteurs de recherche. Leur but est très clairement identifié : tirer profit du référencement pour augmenter son nombre de clics et générer davantage d'audience et de revenus publicitaires. Un fléau pour bon nombre de sites d'information contre lequel Google dit lutter depuis près de cinq ans.

Quelques initiatives mêlant journalistes et robots

- Forbes et Quill

Projet académique débuté à l'université Northwestern, au sein de l'Intelligent Information Laboratory, Narrative Science devient une start-up en 2010. Kris Hammond et Larry Birnbaum ont lancé cette entreprise pour rentabiliser le programme qu'ils avaient écrit, StatsMonkey. Ce dernier crée des articles sportifs à partir d'algorithmes qui compilent scores, données individuelles des joueurs, photos etc. Depuis, Narrative Science a développé Quill, robot-journaliste capable d'écrire des articles basés sur des rapports financiers, des données immobilières ou bien de traiter des élections[101]. Cet outil est devenu l'un des principaux collaborateurs du magazine économique Forbes. Kris Hammond, l'une des fondatrices de l'entreprise, estime par ailleurs que *« d'ici cinq ans, un programme informatique gagnera le prix Pulitzer »*[102].

- Le Monde et Data2Content

La société Syllabs et son robot-journaliste Data2Content ont récemment fait parler d'eux en collaborant avec Le Monde pour couvrir les résultats des plus de 30 000 communes françaises

---

[100] Antheaume A. (2013), *Le journalisme numérique*, Paris, Presses de Sciences Po, chapitre 1, section « Journalistes et algorithmes vivants ».

[101] Are computers the cheap, new journalists?, *The Week*, 2011, repéré en mai 2015 à http://theweek.com/articles/481839/are-computers-cheap-new-journalists

[102] Levy S. (2012), Can an algorithm write a better news story than a human reporter?, *Wired*, repéré en mai 2015 à http://www.wired.com/2012/04/can-an-algorithm-write-a-better-news-story-than-a-human-reporter/

lors des dernières élections départementales. Dans un article du blog « Making Of » du site lemonde.fr[103], Luc Bronner, directeur adjoint des rédactions du Monde, explique ce premier recours du quotidien à la génération automatique de textes. Véritable maillage territorial, ce dispositif leur permettait – via des textes préalablement enregistrés automatiquement et prenant en compte tous les résultats possibles – de présenter en quelques lignes les noms des vainqueurs, le pourcentage de voix obtenu ainsi que ceux des perdants. *« Il nous paraissait intéressant d'expérimenter de nouveaux outils susceptibles d'apporter un nouveau service à nos lecteurs. […] Admettons également que ces textes sont plus facilement repérables par les moteurs de recherche »*, contextualise Luc Bronner. Ces textes, comme il le précise également, ne sont pas des analyses et ne prétendent pas remplacer le travail des 70 journalistes du Monde mobilisés pour ces élections. Mais ils auront permis de couvrir l'intégralité des communes françaises, ce qui n'aurait pas pu être fait avec de seuls moyens humains.

- Le Los Angeles Times et Quakebot

L'exemple de Quakebot a sans doute été le plus relayé. Ken Schwencke, journaliste et programmeur au Los Angeles Times, a développé durant près de deux ans ce robot-journaliste avant de le faire fonctionner pour la première fois en 2014. Le 17 mars, un séisme secoue la Californie. A peine trois minutes plus tard, une dépêche du quotidien est publiée. En signature, ces quelques mots frappent les esprits : *« Cette information vient du service de notification des tremblements de terre du US Geological Survey et cette dépêche a été créée par un algorithme écrit par l'auteur »*[104].

- Associated Press et Wordsmith

Le 30 juin 2014, le vice-président de l'Associated Press, Lou Ferrara, explique que la majorité des dépêches et des articles sur les rapports financiers des grandes entreprises américaines seront désormais produites par des robots[105]. En utilisant la plateforme baptisée « Wordsmith », il précise que cette automatisation stimulerait sa production d'articles sur les revenus trimestriels de ces firmes et que la technologie *« va libérer les journalistes pour faire plus de journalisme et moins de traitement de données »*.

---

[103] Bronner L. (2015), Des robots au Monde pendant les élections départementales ? Oui… et non, Le Monde, repéré en mai 2015 à http://makingof.blog.lemonde.fr/2015/03/23/des-robots-au-monde-pendant-les-elections-departementales-oui-et-non/

[104] Schwencke K. (2014), Earthquake aftershock : 2.7 quake strikes near Westwood, *Los Angeles Times*, repéré en mai 2015 à http://www.latimes.com/local/lanow/earthquake-27-quake-strikes-near-westwood-california-rdivor-story.html

[105] Colford P. (2014), A leap forward in quarterly earning stories, *blog Associated Press*, repéré en mai 2015 à http://blog.ap.org/2014/06/30/a-leap-forward-in-quarterly-earnings-stories/

Alors quel avenir pour le journalisme ? La spécialisation de la fonction de vérification est-elle en train de tomber entre les mains de robots ? Pour Kris Hammond, l'automatisation d'un certain nombre de fonctions journalistiques ne fait pas de doute : *« 90% des informations lues par le grand public seront générées par des robots d'ici à 2025 »*[106]. A ceci près que les hommes devraient encore être ceux qui constituent les bases de données. On se rassure comme on peut. Serge Halimi, le directeur du Monde Diplomatique, partage cet avis : *« A terme, le diagnostic est simple : l'information va se numériser et s'automatiser, c'est-à-dire que sa collecte et son organisation seront de plus en plus confiées à des robots »*[107], expliquant que ce processus est déjà enclenché dans la presse en ligne, avec l'aggrégation de contenus en fonction des usages courants et des affinités des consommateurs. Reste un point faible récurrent que beaucoup de spécialistes soulignent – pour l'instant – afin de relativiser la robotisation de la profession : le caractère « non-humain » du rapport au monde et à l'information. Jean-Claude Guillebaud, journaliste et essayiste, expliquait que *« le journalisme leur échappe »*, ajoutant que les *« algorithmes et logiciels peuvent bien se liguer, s'associer et se perfectionner, ils ne pourront jamais rendre compte de cette palpitation étrange – et magnifique – qu'on appelle la vie. »*[108] Pour Serge Halimi, *« certains contenus de presse sont plus facilement automatisables que d'autres »*, comme le Monde Diplomatique. *« L'enquête de terrain, l'analyse, surtout quand elles renvoient à un contexte historique, quand elles comportent des mises en perspective internationales, un engagement intellectuel et politique, exigent une compétence, un savoir-faire qu'un robot ne possèdera pas de sitôt. »*[109] Cela n'empêche pas certains médias, comme le Guardian, de chercher à aller plus loin. En mars 2014, le quotidien britannique a présenté Guardbot, un algorithme permettant de produire des articles avec un point de vue. Reste que celui-ci est encore imparfait et nécessitera davantage de temps.

Une autre question émerge en même temps que l'automatisation croissante des informations : quels peuvent être les impacts déontologiques et juridiques de l'usage des robots ? Tom Kent, journaliste à l'Associated Press et instructeur à l'université de Columbia, précise par le biais d'un article sur son compte Medium les possibles répercussions déontologiques des robots-journalistes. Il encourage notamment ceux qui se servent de ces automates à être certains des

[106] Laugée F. (2014), Robots et journalistes, l'info data-driven, *La revue européenne des médias et du numérique*, repéré en mai 2015 à http://la-rem.eu/2014/12/09/robots-et-journalistes-linfo-data-driven/

[107] Halimi S. (octobre 2013), Nous ne sommes pas des robots, *Le Monde Diplomatique*, n°715.

[108] Laugée F. (2014), Robots et journalistes, l'info data-driven, *La revue européenne des médias et du numérique*, repéré en mai 2015 à http://la-rem.eu/2014/12/09/robots-et-journalistes-linfo-data-driven/

[109] Halimi S. (octobre 2013), Nous ne sommes pas des robots, *Le Monde Diplomatique*, n°715.

données publiées. *« Un politicien pourrait demander de savoir pourquoi il a été couvert de telle ou telle façon. Il pourrait demander de voir quels paramètres sont utilisés par votre robot en exigeant de consulter le code source »*[110]. Lors d'une conférence aux Assises du journalisme 2014, Alice Antheaume était plus catégorique sur l'usage des algorithmes : *« ils sont paramétrables. Il y a une responsabilité des journalistes et de ceux qui les contrôlent et les produisent. Il y a toujours une responsabilité déontologique et judiciaire »*.

Dans son (excellent) article « Un robot m'a volé mon Pulitzer »[111], Evgeny Morozov fait un résumé complet des défis auxquels va devoir – et fait déjà – face la profession par rapport aux algorithmes, et questionne la curation et les risques qu'elle peut faire peser si elle va trop loin. *« L'idée qu'une automatisation plus poussée pourrait sauver le journalisme paraît fort peu pertinente, mais il ne faut pas jeter la pierre aux inventeurs tels que Narrative Science. Utilisées intelligemment, ces technologies pourraient permettre aux médias de réaliser de salutaires économies et aux journalistes de se consacrer à des enquêtes de grande ampleur plutôt qu'à réécrire la même histoire chaque semaine. La véritable menace vient de notre refus de nous pencher sur les implications sociales et politiques d'un monde où la lecture anonyme serait abolie. Un monde que les publicitaires, Google, Facebook, Amazon etc. rêvent de voir advenir, où la pensée critique, informée et non conventionnelle deviendrait plus difficile à développer et à protéger. »*[112]

---

[110] Kent T. (2015), An ethical checklist for ethical journalism, *Medium*, repéré en mai 2015 à https://medium.com/@tjrkent/an-ethical-checklist-for-robot-journalism-1f41dcbd7be2

[111] Morozov E. (septembre 2012), Un robot m'a volé mon Pulitzer, *Le Monde Diplomatique*, n°702.

[112] Ibid.

Conclusion

A travers ce mémoire, nous avons voulu comprendre ce qu'est le « fact-checking » et comment celui-ci s'est construit au fil des années. Terme à la mode, la technique de vérification des faits est en réalité assez ancienne. Outil de base de tout bon travail journalistique, la vérification est née en même temps que la profession de journaliste se constituait et se réglementait. Pour autant, la spécialisation de la fonction de « vérificateur » n'est apparue que bien plus tard. Et même aujourd'hui, celle-ci demeure récente dans les esprits. Des évolutions technologiques et sociétales ont permis le développement du « fact-checking », celui-ci émergeant aux Etats-Unis alors que l'on commençait à peine à appréhender l'usage du Web, du Net, et que l'ouverture des données informatisées n'en était qu'à son balbutiement. Depuis, sa pratique fait l'objet d'une attention toute particulière de la part des rédactions. Vu comme un outil journalistique à part entière permettant d'éclairer les citoyens – sur les mensonges et omissions des responsables politiques dans un premier temps, puis sur tout un ensemble de thématiques de société dans un second temps – le « fact-checking » doit également permettre de redonner une crédibilité à une profession souffrant de désaffection. Anne Sinclair en fait ainsi *« une donnée essentielle de la crédibilité journalistique »*[113]. Pourtant, ce rapport de cause à effet est loin d'être évident. Si la technique de vérification des faits est globalement saluée (cf. le sondage TNS-Sofres réalisé en début d'année), toujours est-il que la confiance dans les journalistes ne progresse pas. Un sondage Ipsos, réalisé en janvier 2014, mettait en avant que seuls 23% des Français déclaraient faire confiance aux médias. Le pari semble donc loin d'être gagné.

De plus, et c'est ce que nous avons tenté de montrer dans un second temps, le « fact-checking » répond à des règles très précises édictées par le réseau. La pratique tire aujourd'hui sa raison d'être de par l'extrême quantité d'informations présente sur le Net. Son objectif ? Lutter contre l'infobésité, analyser mieux quitte à produire moins. Pour les journalistes, il a fallu réapprendre à s'approprier la vérification des faits. Pas facile lorsque l'on sait que la masse de données qui transite ne cesse d'augmenter, tout comme les sources d'information : blogs, forums, sites divers et variés, plateformes collaboratives, applications, réseaux sociaux… Ces derniers sont particulièrement surveillés et nécessitent une authentification d'autant plus précise que les erreurs sont fréquentes. Combien de fois des médias ont publié sans même être sûrs de leur information ? Question rhétorique, car en réalité on ne compte plus. La confusion entre « fact » et « fast-checking » est monnaie courante. C'est un bon témoin de l'importance pour les rédactions de publier le premier, le plus vite possible, pour être bien référencé, pour être repris par les autres médias. Quand concurrence et mimétisme s'attirent…

---

[113] Sinclair A. (2013), Mort de la presse écrite, survie du journalisme, *Le Débat*, n°176, p.101-109.

A travers l'exemple des Décodeurs du Monde, on a voulu rendre compte d'une nouvelle tendance à l'œuvre et influençant directement le « fact-checking » : le journalisme de données. « Phénomène » médiatique en pleine expansion, le datajournalisme fait partie des mutations journalistiques en cours et modifie la fonction de vérification. Les professionnels de l'information doivent composer avec les données qu'ils peuvent trouver sur le réseau et exigeant un travail de compréhension, de tri, de contextualisation mais aussi de mise en forme et de présentation, qui jusqu'à présent était souvent mis de côté ou confié à des graphistes. Empruntant au journalisme-hacker, le datajournalisme entend tirer profit de tout un ensemble d'acteurs afin de donner un sens nouveau à l'information en ligne. Le « fact-checking » devient une composante d'un ensemble plus large, mais demeure essentiel pour mener des investigations à partir de ces données.

Enfin, en plus d'être un outil tirant ses origines du passé et prenant racine dans le temps présent, la technique de vérification des faits expérimente le futur. Un futur très proche même. L'automatisation de la vérification s'inscrit elle aussi dans un questionnement plus large sur l'avenir de la profession de journaliste. Algorithmes et autres robots sont d'ores et déjà partie prenante du métier. Il suffit d'observer tous les programmes et applications informatiques que tentent de mettre en place les plus prestigieuses rédactions mondiales pour s'en rendre compte. L'avantage qui revient le plus souvent pour justifier ces expériences automatisées est celui du gain de temps pour le journaliste, qui peut se concentrer sur son vrai travail : réfléchir à des sujets, enquêter, raconter l'information. Si pour le moment l'humain garde la main sur la robotique et paramètre lui-même ces algorithmes, la fonction de vérification sera peut-être amenée à tomber sous le joug informatique. Avec les risques que cela comporte. L'exemple du « Flash Crash » boursier de 2010 aux Etats-Unis, dû en grande partie aux opérations automatiques de trading algorithmique, n'est pas si loin.

Selon un recensement effectué par le « Reporter's Lab » de l'université nord-américaine de Duke, le nombre de sites de « fact-checking » dans le monde ne cesse d'augmenter[114] (de 59, dont 44 particulièrement actifs en 2014, à 89, dont 64 actifs, en 2015). Preuve que la technique de vérification des faits gagne du terrain. Outil démocratique, aide statistique, trieur de données, le « fact-checking » revendique le droit pour les citoyens de disposer d'une information vérifiée, sourcée et fiable dans un flux d'informations où il est de plus en plus difficile de se repérer. Peut-être que demain, les « fact-checkers » n'existeront plus, que l'automatisation des données et les algorithmes auront succédé aux moyens humains. Mais,

[114] Benton J. (2015), Fact-checking sites continue to grow in number around the world, NiemanLab, repéré en janvier 2015 à http://www.niemanlab.org/2015/01/fact-checking-sites-continue-to-grow-in-number-around-the-world/

même à travers les âges, la question suivante devra encore et toujours être posée : « Que représente une information dont on ne sait pas d'où elle vient, qui l'a transmise, quand et pourquoi ? » Peut-être un élément de propagande ? Dans tous les cas, elle semble être un danger. Alors, autant que possible, il faut continuer à vérifier.

Bibliographie :

Ouvrages

Antheaume A. (2013), *Le journalisme numérique*, Presses de Sciences Po.

Gray J., Bounegru L., Chambers L., Kayser-Bril N. (août 2013), *Le guide du datajournalisme*, Eyrolles, section « Etudes de cas – le Véritomètre », p.95.

Lémieux C.(mars 2000), *Mauvaise presse – une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, éditions Métailié.

Mathiot C. (2012), *Petit précis des bobards de campagne*, Paris, Presses de la Cité.

Miège B. (avril 2007), *La société conquise par la communication*, Tome 3, Presses universitaires de Grenoble.

Neveu E. (2010), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte.

Articles scientifiques

Dagiral E., Parasie S. (avril 2013), Des journalistes enfin libérés de leurs sources ? Promesse et réalité du journalisme de données, *Sur le journalisme*, Vol.2, n°1, p.55.

Dagiral E., Parasie S. (2011), Portrait du journaliste en programmeur : l'émergence d'une figure du journaliste « hacker », *Les cahiers du journalisme*, n°22-23.

Gandin J., Savary P., Vanmerris C. (2010), La formation des journalistes face à l'innovation technologique, *Les Cahiers du Journalisme*, n°21, « Le numérique redessine les contours de la profession », p.192-201.

Miège B., Becerra M. (2003), La contribution des industries de la culture, de l'information et de la communication à l'informationnalisation et à la globalisation, *Questions de communication*, entretien avec Martin Becerra, 3, pages 211-229.

Ouardi S. (2014), « Le datajournalisme : entre retour du journalisme d'investigation et fétichisation de la donnée », entretien avec Sylvain Lapoix, *Mouvements*, n°79, pages 74-80.

Sinclair A. (2013), Mort de la presse écrite, survie du journalisme, *Le Débat*, n°176, p. 101-109.

Articles de presse

Halimi S. (octobre 2013), Nous ne sommes pas des robots, *Le Monde Diplomatique*, n°715.

Morozov E. (septembre 2012), Un robot m'a volé mon Pulitzer, *Le Monde Diplomatique*, n°702.

Webographie

« A fundamental way newspaper site need to change », repéré en mai 2015 à http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/

« Analyzing data is the future for journalists, says Tim Berners-Lee », publié sur le site du Guardian en 2010. Repéré en mai 2015 à http://www.theguardian.com/media/2010/nov/22/data-analysis-tim-berners-lee

Antheaume A. (2014), 5 tendances issues de South by Southwest, Slate, repéré en mai 2015 à http://blog.slate.fr/labo-journalisme-sciences-po/2014/03/16/5-tendances-issues-de-south-by-southwest-2014/

"Are computers the cheap, new journalists?", *The Week*, 2011, repéré en mai 2015 à http://theweek.com/articles/481839/are-computers-cheap-new-journalists

Benton J. (2015), Fact-checking sites continue to grow in number around the world, NiemanLab, repéré en janvier 2015 à http://www.niemanlab.org/2015/01/fact-checking-sites-continue-to-grow-in-number-around-the-world/

Blog des Décodeurs du Monde, repéré en 2014 à http://decodeurs.blog.lemonde.fr/

Bronner L. (2015), Des robots au Monde pendant les élections départementales ? Oui… et non, Le Monde, repéré en mai 2015 à http://makingof.blog.lemonde.fr/2015/03/23/des-robots-au-monde-pendant-les-elections-departementales-oui-et-non/

Charte de la rubrique des Décodeurs du site lemonde.fr, repéré en mars 2014 à http://abonnes.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/03/10/la-charte-des-decodeurs_4365106_4355770.html

Colford P. (2014), A leap forward in quarterly earning stories, *blog Associated Press*, repéré en mai 2015 à http://blog.ap.org/2014/06/30/a-leap-forward-in-quarterly-earnings-stories/

Desplanques E. (2013), Après les robots-journalistes voici les robots spécialistes du fact-checking, *Télérama*, repéré en mai 2015 à http://www.telerama.fr/medias/apr-s-les-robots-journalistes-voici-les-robots-sp-cialistes-du-fact-checking,93246.php

Fayolle B. (2014), blog Horizons Médiatiques, *Marc-François Bernier : « les journalistes n'ont souvent pas la compétence à la hauteur de leur volonté »*. Entretien avec Marc-François Bernier, professeur et coordinateur du programme journalisme à l'université d'Ottawa, repéré en décembre 2014 à https://hmblaisefayolle.wordpress.com/2014/05/31/m-f-bernier-les-journalistes-nont-souvent-pas-la-competence-a-la-hauteur-de-leur-volonte/#more-178

Grandin J. (2015), Etat des lieux du cinéma en France, *Le Monde*, rubrique des Décodeurs, repéré en mai 2015 à http://abonnes.lemonde.fr/les-decodeurs/visuel/2015/05/13/etat-des-lieux-du-cinema-en-france_4632693_4355770.html

« Histoire de l'Internet et de la presse en ligne », exposé réalisé par trois étudiantes à l'université centrale de Tunis, consultable à l'adresse suivante : http://fr.slideshare.net/Tunisie-SIC/histoire-de-l-internet-et-du-journalisme-en-ligne-1
Holmes D. (2013), Washington Post's Truth Teller and the future of robots doing journalism, Pando, repéré en mai 2015 à http://pando.com/2013/01/29/washington-posts-truth-teller-and-the-future-of-robots-doing-journalism/

Kent T. (2015), An ethical checklist for ethical journalism, *Medium*, repéré en mai 2015 à https://medium.com/@tjrkent/an-ethical-checklist-for-robot-journalism-1f41dcbd7be2

Kessler G. (2013), *Washington Post*, Repéré le 10 avril 2015 à http://www.washingtonpost.com/blogs/fact-checker/about-the-fact-checker/

Lagues B. (2014), *Acrimed*, repéré en novembre 2014 à http://www.acrimed.org/article4500.html

Laugée F. (2014), Robots et journalistes, l'info data-driven, *La revue européenne des médias et du numérique*, repéré en mai 2015 à http://la-rem.eu/2014/12/09/robots-et-journalistes-linfo-data-driven/

« Le journalisme à l'ère numérique ». Repéré en mai 2015 à http://future.arte.tv/fr/journalisme-a-lere-du-numerique-

Levy S. (2012), Can an algorithm write a better news story than a human reporter?, *Wired*, repéré en mai 2015 à http://www.wired.com/2012/04/can-an-algorithm-write-a-better-news-story-than-a-human-reporter/

L'Obs (2012), Repéré en décembre 2014 à http://tempsreel.nouvelobs.com/les-internets/20121011.OBS5247/le-fact-checking-decidera-t-il-de-la-presidentielle-americaine.html

Melber A. (2012), PBS, repéré en mars 2015 à http://www.pbs.org/mediashift/2012/09/why-fact-checking-has-taken-root-in-this-years-election249

Portrait d'Ezra Klein dressé par Ijsberg, repéré en juillet 2014 à https://ijsbergmagazine.com/technologie/article/3833-ezra-klein-journaliste-surdoue-revolutionne-linfo/

Rubrique Data du site du Guardian, repéré en janvier 2015 à http://www.theguardian.com/data

Rubrique Data du site du New York Times, intitulée The Upshot, repéré en mai 2015 à http://www.nytimes.com/upshot/

Schwencke K. (2014), Earthquake aftershock : 2.7 quake strikes near Westwood, *Los Angeles Times*, repéré en mai 2015 à http://www.latimes.com/local/lanow/earthquake-27-quake-strikes-near-westwood-california-rdivor-story.html

Silverman C., *Columbia Journalism Review*, repéré en mars 2015 à http://www.cjr.org/behind_the_news/inside_the_worlds_largest_fact.php?page=all

Site Internet du média en ligne Vox, repéré en février 2015 à http://www.vox.com/

Sondage TNS-Sofres consulté en février 2015 à http://www.tns-sofres.com/sites/default/files/2015.01.29-baromedias.pdf

Sullivan M. (2012), *New York Times*, repéré en avril 2015 à http://www.nytimes.com/2012/12/23/public-editor/getting-it-first-or-getting-it-right.html?_r=0

Table des annexes

Annexe 1 – Capture d'écran de la page d'accueil de la rubrique des Décodeurs, réalisée le 16 mai 2015 (1/5) (page 63)

Annexe 2 – Capture d'écran de la page d'accueil de la rubrique des Décodeurs, réalisée le 16 mai 2015 (2/5) (page 64)

Annexe 3 – Capture d'écran de la page d'accueil de la rubrique des Décodeurs, réalisée le 16 mai 2015 (3/5) (page 65)

Annexe 4 – Capture d'écran de la page d'accueil de la rubrique des Décodeurs, réalisée le 16 mai 2015 (4/5) (page 66)

Annexe 5 – Capture d'écran de la page d'accueil de la rubrique des Décodeurs, réalisée le 16 mai 2015 (5/5) (page 67)

Annexe 6 – Capture d'écran de l'article « Fact-checking : les médias français à l'heure anglo-saxonne », publié sur le site Journalismesinfo.fr en décembre 2013 (1/3) (page 68)

Annexe 7 – Capture d'écran de l'article « Fact-checking : les médias français à l'heure anglo-saxonne », publié sur le site Journalismesinfo.fr en décembre 2013 (2/3) (page 69)

Annexe 8 – Capture d'écran de l'article « Fact-checking : les médias français à l'heure anglo-saxonne », publié sur le site Journalismesinfo.fr en décembre 2013 (3/3) (page 70)

Annexes

Annexe 1 – Capture d'écran de la page d'accueil de la rubrique des Décodeurs, réalisée le 16 mai 2015 (1/5)

Annexe 2 – Capture d'écran de la page d'accueil de la rubrique des Décodeurs, réalisée le 16 mai 2015 (2/5)

Rachida Dati a-t-elle vraiment été épinglée pour des foulards Hermès ?

Un rapport de la Cour des comptes accuse l'ex-ministre d'avoir abusé de sa position. Nous avons épluché le document en question.

Quels sont les animaux les plus volés dans les zoos ?

Dix-sept singes très rares ont été volés au zoo de Beauval, dans le Loir-et-Cher. Un fait divers qui n'est pas sans précédent.

Hollande, Sarkozy, immobilier, islam : explorez un an de couvertures d'hebdomadaires français

JEUDI 14 MAI

10h28

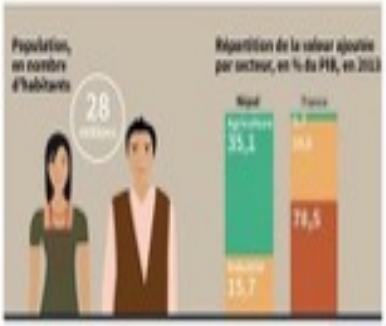
SYNTHÈSE

Les chiffres vertigineux du marché mondial de l'art en 2014

Avec un Picasso adjugé 179 millions de dollars, le marché de l'art n'en finit pas de battre des records, porté par les acheteurs chinois et américains.

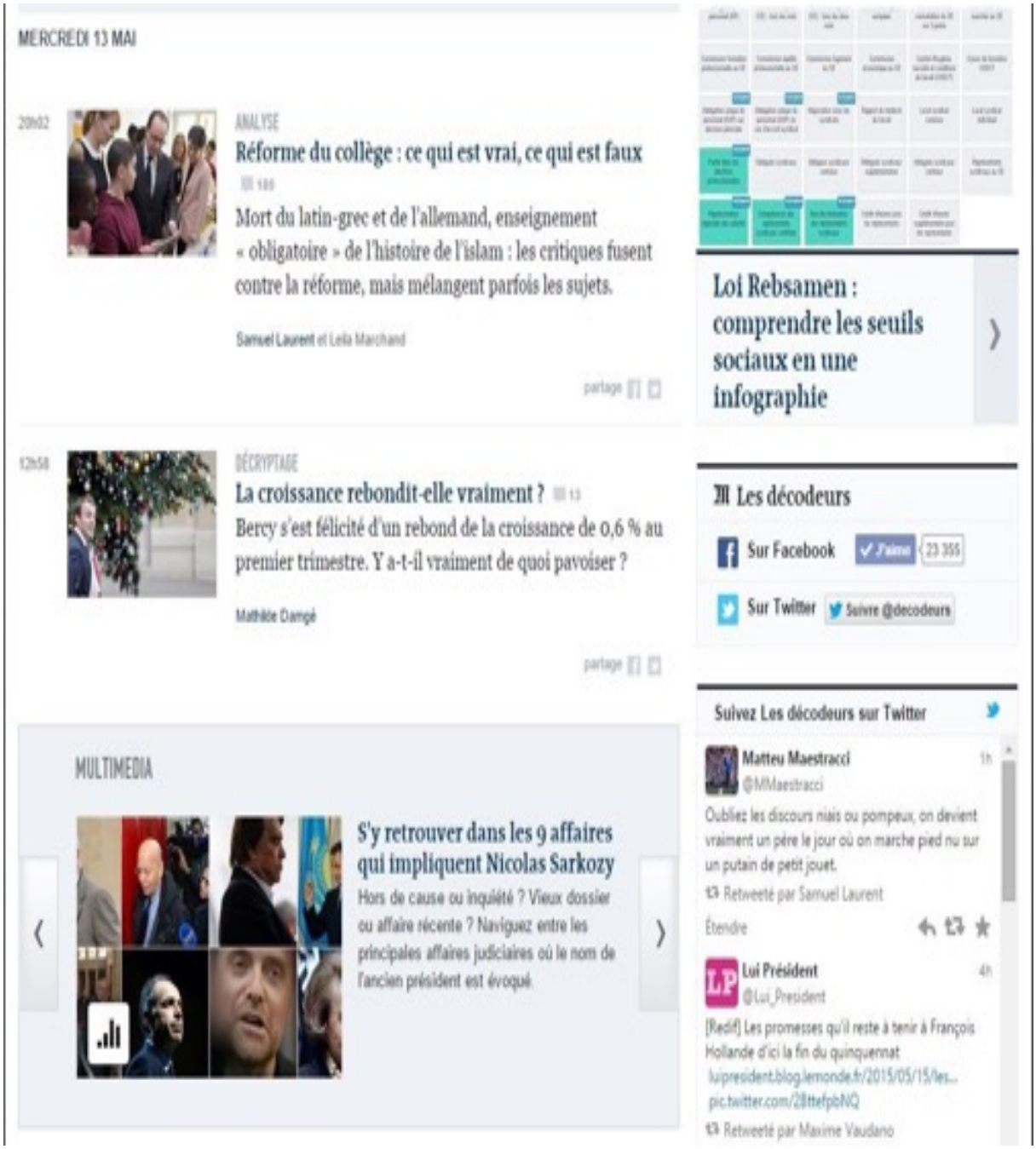
Leila Marchand

partage

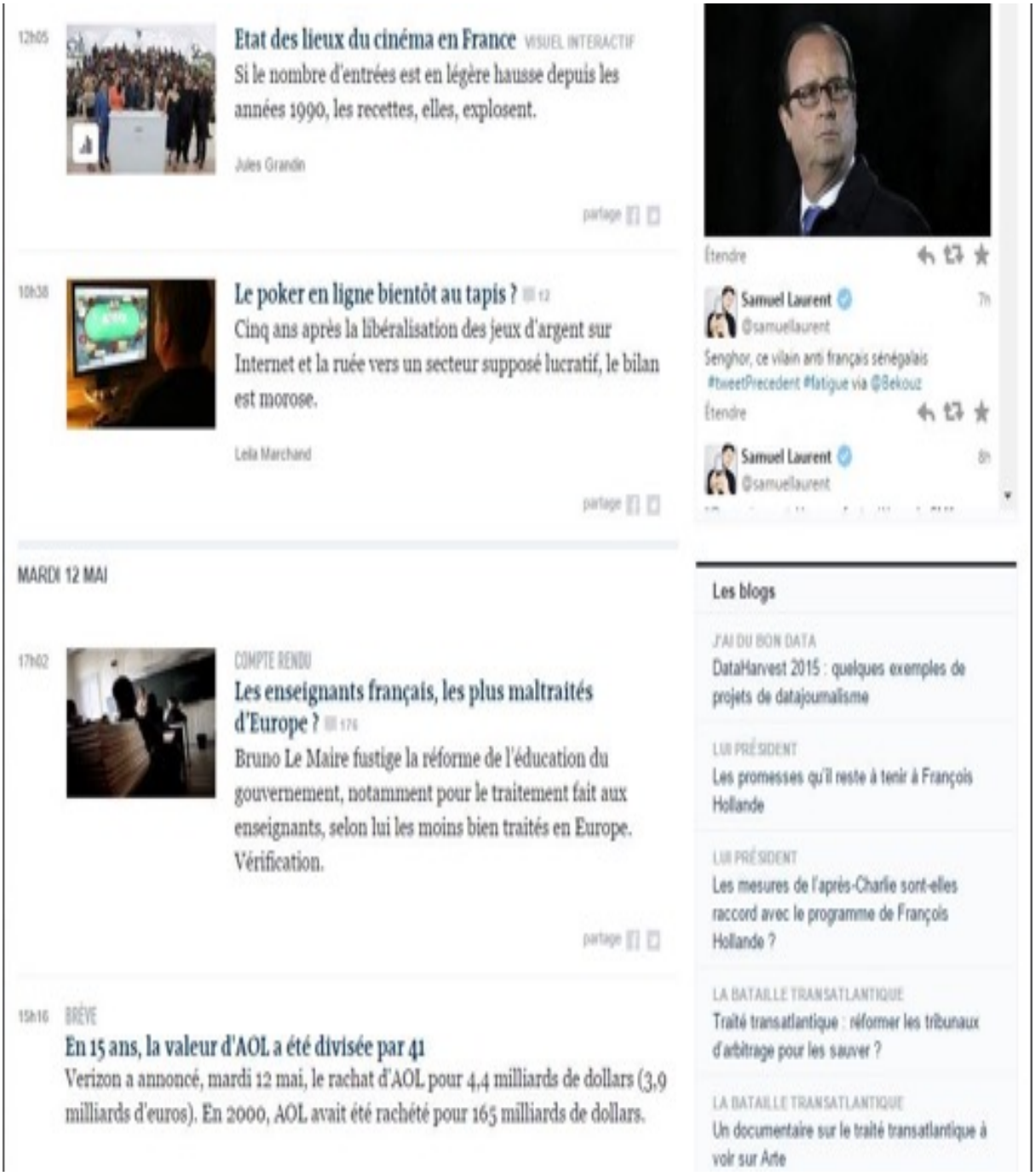


Le Népal : un pays qui amorçait son développement avant le séisme

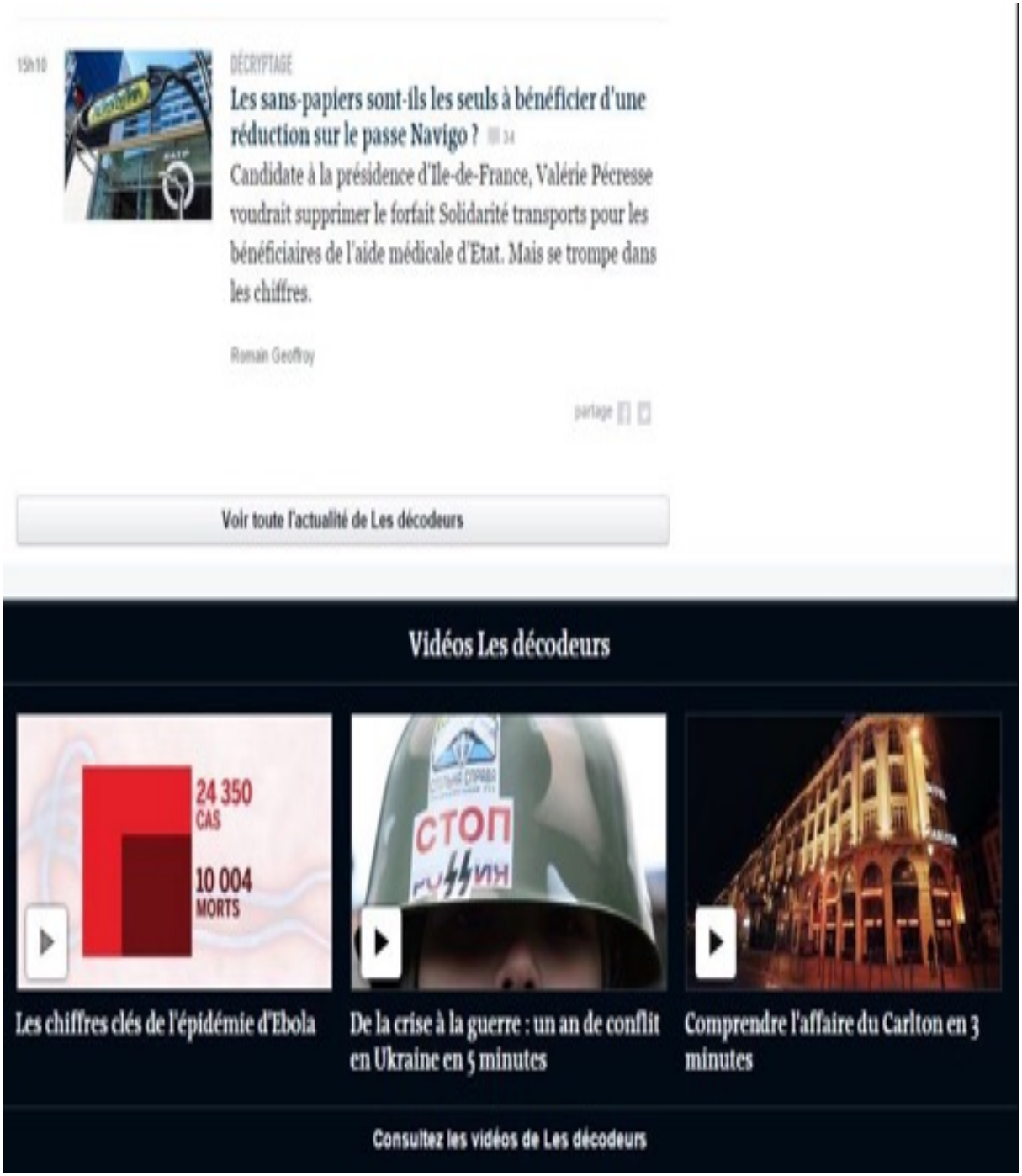
Annexe 3 – Capture d'écran de la page d'accueil de la rubrique des Décodeurs, réalisée le 16 mai 2015 (3/5)



Annexe 4 – Capture d'écran de la page d'accueil de la rubrique des Décodeurs, réalisée le 16 mai 2015 (4/5)



Annexe 5 – Capture d'écran de la page d'accueil de la rubrique des Décodeurs, réalisée le 16 mai 2015 (5/5)



Annexe 6 – Capture d'écran de l'article « Fact-checking : les médias français à l'heure anglo-saxonne », publié sur le site Journalismesinfo.fr en décembre 2013 (1/3)

Zooms

FACT-CHECKING : LES MÉDIAS FRANÇAIS À L'HEURE ANGLO-SAXONNE

22/12/2013
Clément Pons

Depuis 2009 et l'attribution du prix Pulitzer au site internet américain Politifact, le fact-checking a fait des émules dans le monde entier. Le journalisme consacre aujourd'hui des pans entiers de l'information à sa pratique : émissions de radio, de télé, blogs ... Tour d'horizon de ces médias français qui, pour certains, ont été à la base du mouvement ; pour d'autres, ont su prendre le train en marche.

Tweet 0 J'aime 0 +1 0 Pin it

Acrimed – Arrêt sur Images : les pionniers

L'association Action critique Médias, créée en 1996, et l'émission de télé Arrêt sur images, diffusée sur la Cinquième, ont apporté une vision novatrice des médias. Laissant libre-part à la critique et sollicitant des acteurs multiples, ces pionniers n'ont cessé de questionner le travail du journaliste, sous toutes ses formes : déontologie, sources, vérification des faits... Acrimed et Arrêt sur images ont le point commun d'être aujourd'hui présents uniquement sur le web. Plus des observateurs des médias que des réels vérificateurs de faits, les deux sites ont néanmoins popularisé la lutte contre l'utilisation partielle de l'information et redéfini les codes du travail journalistique.

Les décodeurs (Le Monde), Désintox (Libération), Le détecteur de mensonges (Le JDD) : la presse et le tournant web

Blog pour Le Monde, rubrique puis blog pour Libération, rubrique pour le JDD : les grands quotidiens nationaux ont eux aussi revu leurs positions quant à la technique de vérification des faits. L'avantage est d'autant plus grand pour la presse écrite car elle dispose souvent de plus de temps pour vérifier, ce qui crée un contenu informationnel avec une vraie plus-value. Ces rubriques et blogs originaux, qui sont apparus pour certains il y a déjà cinq ans, offrent un détachement par rapport à l'actualité brute que ces titres nationaux ont vocation à traiter. Les décodeurs, blog orchestré par le service politique du Monde, est clairement dans une optique participative et incite l'internaute à démêler le vrai du faux. Un simple mail envoyé à la rédaction afin d'avoir davantage de précisions sur tel ou tel propos et le tour est joué. Le Désintox de Libération se définit comme un "observatoire des mensonges et du discours politique" et recontextualise les propos des hommes politiques.
Le blog développe également quelques sujets vidéos, le Désintox TV, diffusés sur Arte dans l'émission 28 Minutes. Quant au détecteur de mensonges du JDD, il incarne bien cette logique du fact-checking, qui cible les propos des hommes

Annexe 7 – Capture d'écran de l'article « Fact-checking : les médias français à l'heure anglo-saxonne », publié sur le site Journalismesinfo.fr en décembre 2013 (2/3)

politiques et amène à les préciser, à les confirmer ou les infirmer si ceux-ci se révèlent faux. Ces mastodontes de la PQN se sont donc mis à la page, bien aidés par des archives déjà constituées et très utiles pour vérifier faits ou propos.

Côté web, deux rubriques ont été développées par le site Rue89 : le démonte rumeur et le contrôle technique. Le démonte rumeur s'attaque au bouche-à-oreille, avec le lot de rumeurs fausses qu'il comporte. Le contrôle technique, comme sur une voiture, emploie la technique de fact-checking comme un outil face à l'énonciation de chiffres sortis de nulle part et parfois manipulés. Rue89, avec sa liberté de ton, a construit ses rubriques afin de dégager une vraie originalité dans la recherche de l'information. Quand le contrôle technique s'arrête sur les chiffres, le démonte rumeur détruit les "on-dit", avec humour et sur des sujets extrêmement vastes.

Le vrai du faux (France Info) ; Le vrai-faux de l'info (Europe 1) : la radio aussi se met au fact-checking

"Le vrai du faux", l'émission de France Info dédiée au fact-checking

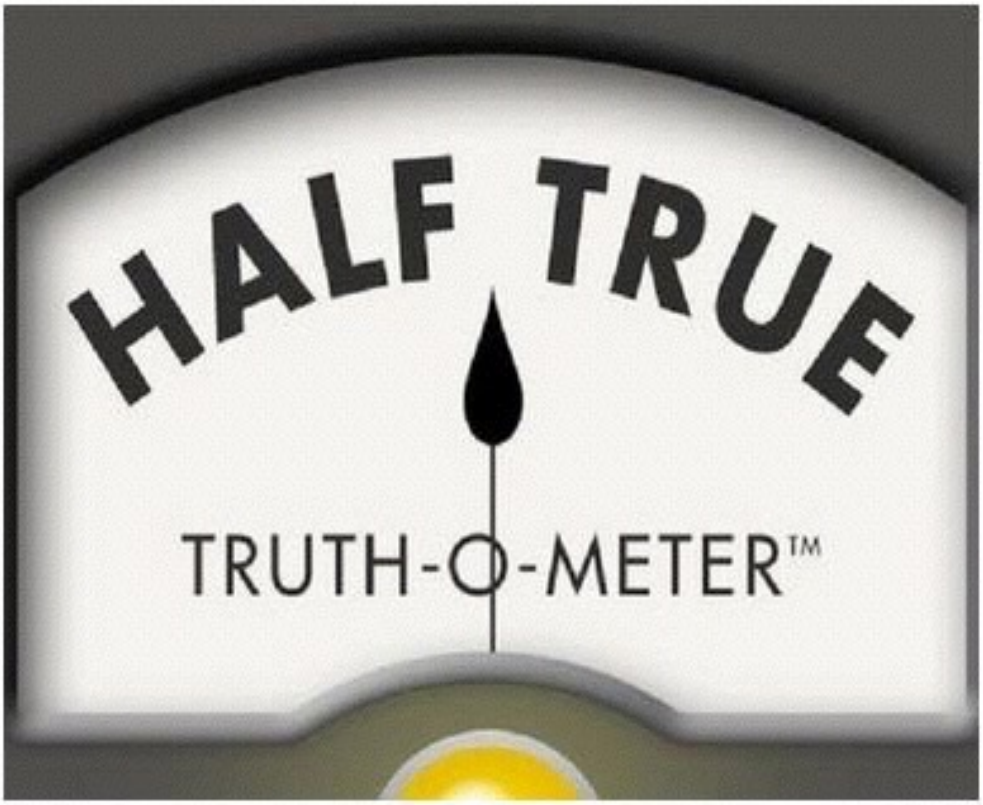
Les grandes radios nationales sont elles aussi de plus en plus nombreuses à consacrer une tranche d'émission matinale à la vérification des faits. Sur France Info, Gérald Roux revient chaque jour sur une déclaration faite par des personnalités politiques tandis que sur Europe 1, Laurent Guimier se prête plus ou moins au même exercice. De la vérification, de l'information mais aussi de l'expertise et de la remise en contexte. Un travail journalistique quotidien pour ces deux chroniqueurs, qui cherchent à débusquer la "petite phrase" erronée passée inaperçue, élevée au rang d'affirmation par des hommes ou des femmes politiques de tout bord. Mais cet exercice quotidien pose néanmoins encore question dans la profession : la pratique du fact-checking doit-elle se faire dans l'immédiateté ou bien demande-t-elle davantage de temps et d'investigation ?

Télévision : un modèle qui se cherche encore

L'an dernier, la chaîne d'information en continu LCI a développé une émission utilisant le procédé de vérification des faits

Le petit écran semble encore le plus hésitant et frileux à l'idée de se lancer sur le fact-checking. Question de format, mais pas seulement. L'émission "Des Paroles et des Actes" diffusée sur France 2, avait essayé l'an dernier d'incorporer une cellule de vérificateurs de l'information prompte à réagir face aux chiffres énoncés par les invités en plateau. Une innovation à l'échelle nationale qui s'est soldée par un échec. L'immédiateté de la vérification était trop compliquée. Ou quand le fast-checking rattrape le fact-checking... L'année dernière également, Philippe Ballard présentait le magazine "A l'épreuve des faits" sur LCI, où il passait au crible chaque semaine une promesse électorale de François Hollande en compagnie d'un ministre. Pas de nouvelles lors de cette rentrée 2013. Reste "le Petit Journal" sur Canal +, qui s'amuse à s'offrir le scalp des politiques mais dont le cas divise.

Annexe 8 – Capture d'écran de l'article « Fact-checking : les médias français à l'heure anglo-saxonne », publié sur le site Journalismesinfo.fr en décembre 2013 (3/3)



Qu'est-ce qui motive les rédactions à aller dans ce sens du "tout vérifier" ? Quels sont les enjeux du fact-checking ? Le 10 novembre 2012, France Culture réservait un numéro entier de son émission "Le Secret des sources" à ce procédé anglo-saxon, en présence de journalistes et du sociologue des médias Jean-Marie Charon. Pour ce dernier, le fact-checking va de pair avec une spécialisation de la fonction de vérification, qui n'existait pas auparavant. De nouveaux outils, dont Internet, sont désormais mobilisés. Le journaliste doit effectuer un "retour aux sources" par le biais de cette vérification, reprendre la main et remettre en perspective. Les spécialistes sont de moins en moins nombreux, et il faut s'adapter rapidement au flux de nouvelles qui complique le travail de réaction du journaliste. Mis en avant par la présidentielle de 2012, le fact-checking s'est rapidement développé dans la plupart des grandes rédactions de France, et ce sous différentes formes (blogs, rubriques, émissions de radio, de télévision ...). Les médias français ne sont aujourd'hui pas réticents à développer cette pratique, à l'image de leurs homologues anglo-saxons.