

Le fact-checking en France, une réponse en condensé du journalisme face aux transformations numériques des années 2000 et 2010

Article inédit, mis en ligne le 26 septembre, 2022.

Jérémy Nicey

Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'Université de Tours et membre de l'unité de recherche PRIM (Pratiques et Ressources de l'Information et des Médiations). De 2018 à 2022, il a coordonné le projet ANR-VIJE (« Vérification de l'information dans le journalisme, sur internet et dans l'espace public ») portant sur les fausses informations et le défi sociétal qu'elles constituent tant pour les professionnels que pour les publics ordinaires.

jeremie.nicey@univ-tours.fr

Plan de l'article

Introduction

Les pratiques des journalistes fact-checkers : appropriation complète des potentialités numériques

Réputation, utilité et lien avec les publics : le fact-checking comme étendard des rédactions

À la recherche d'un modèle économique : tâtonnements et perspectives vis-à-vis des géants du numérique

Conclusion

Références bibliographiques

RÉSUMÉ

Cet article interroge la part prise par la pratique professionnelle du *fact-checking* en France dans les mutations profondes du journalisme contemporain. À partir d'une revue de littérature approfondie, il est ici examiné dans quelle mesure les transformations – techniques, économiques et structurelles – liées au numérique ont été particulièrement incarnées par les cellules de vérification de l'information mises en place par plusieurs médias. Ces dernières se sont appropriées les potentialités offertes par les dispositifs numériques, qu'il s'agisse des outils et compétences, des liens avec les publics, ou encore de la (re)définition de stratégies économiques et réputationnelles, incluant le dilemme des relations avec les géants du numérique.

Mots clés

Vérification de l'information, *debunking*, *fake news*, journalisme de données, Les Décodeurs (*Le Monde*), CheckNews (*Libération*)

TITLE

« Fact-checking in France, a condensed response from journalism to the digital transformations of the 2000s and 2010s decades »

Abstract

This article questions the part played by the professional practice of fact-checking in France in the profound changes in contemporary journalism. Based on an in-depth literature review, it examines to what extent the transformations – technical, economic and structural – linked to digital technology have been particularly embodied by the information verification units set up by several media. The latter have appropriated the potential offered by digital devices, whether in terms of tools and skills, links with the public, or even the (re) definition of economic and reputational strategies, including the dilemma of relationships with digital giants.

Keywords

News verification, debunking, fake news, data journalism, Les Décodeurs (daily *Le Monde*), CheckNews (daily *Libération*).

TÍTULO

« El *fact-checking* en Francia, una respuesta condensada ante las transformaciones digitales del periodismo en los años 2000 y 2010 »

Resumen

Este artículo cuestiona el papel desempeñado por la práctica profesional del *fact-checking* en Francia en un contexto de intensos cambios en el periodismo contemporáneo. A partir de una profunda revisión bibliográfica, se examina aquí en qué medida las transformaciones –técnicas, económicas y estructurales– vinculadas a la tecnología digital han sido particularmente encarnadas por las unidades de verificación de información puestas en marcha por varios medios. Estos últimos se han apropiado del potencial que ofrecen los dispositivos digitales, ya sea en términos de herramientas y habilidades, vínculos con el público, o incluso la (re)definición de estrategias económicas y reputacionales, incluyendo el dilema de las relaciones con los gigantes digitales.

Palabras clave

Verificación de la información, *debunking*, *fake news*, periodismo de datos, Les Décodeurs (*Le Monde*), CheckNews (*Libération*)

INTRODUCTION

Apparue en France avec les cellules « Désintox » de *Libération* (2008) et « Les Décodeurs » du *Monde* (2009), la spécialisation de vérification de l'information, en particulier des propos des personnalités politiques, fondée sur les faits et dite de *fact-checking* (Bigot, 2019), ne figurait pas en tant que telle parmi l'arsenal des pionniers du journalisme numérique des années 1990. Or, si les pratiques médiatiques ont été profondément transformées depuis un quart de siècle, cela s'est révélé encore plus vrai à la fin des années 2000 et durant les années 2010 ; nous proposons dans cet article d'examiner dans quelle mesure le *fact-checking* y a contribué.

Depuis son éclosion en France, cette pratique a connu un profond essor, notamment avec

les créations des unités « Le Vrai du Faux » de France Info (2012) ou du « Le Vrai-Faux de l'Info » d'Europe 1 (2012), « L'Œil du 20 heures » de France 2 (2014), « Le Vrai-Faux des Échos » (2016), « Fake Off » du journal 20Minutes (2017), « AFP Factuel » de l'Agence France-Presse (fin 2017) ou, plus récemment, « Les Vérificateurs » de TF1 (2019) et la plateforme « Vrai ou *fake* » de France Télévisions (2019). En ce début de la décennie 2020, le nombre de médias proposant de tels contenus continue de progresser, aussi bien en France qu'ailleurs dans le monde, dépassant désormais les 300 unités (Stencel et Luther, 2020) ; un tel développement a, plus encore, été constaté lors d'échéances électorales (Nicey et Bigot, 2019) ou lors de crises, qu'elles soient sociales, économiques ou encore sanitaires. La vérification de l'information, consubstantielle au métier de journaliste, n'est pas née avec le numérique. Pourtant, sa légitimité renaissante (Dobbs, 2012 ; Sauvageau *et al.*, 2018) repose sur des modalités, des pratiques et des technicités qui se sont redéfinies et recomposées avec la prégnance de l'information en ligne, particulièrement dans les années 2010. En d'autres termes, alors que la vérification de l'information constitue l'essence du journalisme en tant que champ professionnel, il semble qu'on a assisté à sa « réinvention » (Bigot, 2017), de fait illustrée par les moyens que lui accordent les rédactions, à tout le moins les plus illustres d'entre elles. Ainsi, le relatif succès éditorial du *fact-checking* semble répondre autant aux évolutions technologiques du journalisme qu'à des choix rédactionnels et à des stratégies organisationnelles. En outre, la pratique des *fact-checkers* a elle-même en partie muté, exerçant le « *debunking* » (démontage ou démystification de rumeurs et autres contenus trompeurs en ligne) pour des intérêts divers qu'il convient d'approfondir.

Dès lors, une interrogation s'impose : alors que les mutations liées au numérique ont constitué une sérieuse remise en cause – technique, économique et structurelle – du journalisme contemporain, quel rôle le *fact-checking* a-t-il joué dans ces adaptations, et avec quelles intentions des rédactions concernées ? Nous proposons ici d'y répondre en procédant à une revue de littérature approfondie sur cette spécialité journalistique, avec l'ambition d'un recul critique sur les connaissances en la matière, françaises et internationales, ces quinze à vingt dernières années. Nous formulons l'hypothèse suivante : alors qu'il faisait, et fait toujours, l'objet de bouleversements profonds et de critiques face à ses faiblesses, le journalisme professionnel s'est, en testant, en accentuant et en promouvant les contenus de vérification de l'information, révélé triplement opportuniste, à savoir sur les plans technique/adaptatif, utilitaire/serviciel et économique/concurrentiel. Nous allons ainsi examiner dans quelle mesure l'essor progressif du *fact-checking* et ses évolutions en France incarnent autant une synthèse des transformations des rédactions médias ces deux dernières décennies qu'une réponse stratégique aux larges enjeux du numérique : d'abord au niveau des outils et compétences ; puis dans les relations avec les publics ; enfin vis-à-vis d'acteurs économiques puissants pesant de façon ambiguë et croissante sur la profession.

LES PRATIQUES DES JOURNALISTES FACT-CHECKERS : APPROPRIATION COMPLÈTE DES POTENTIALITÉS NUMÉRIQUES

Comme cherche à le montrer le présent dossier, que ce soit structurellement ou conjoncturellement, l'environnement numérique a transformé en vingt-cinq ans les modalités d'exercice du journalisme (Tessier, 2007 ; Degand et Grevisse, 2012 ; Mercier et Pignard-Cheynel, 2014 ; Witschge *et al.*, 2016). Or, la pratique spécifique du *fact-checking* a emprunté plusieurs des potentialités – techniques et éditoriales – offertes par les dispositifs numériques.

Notons en premier lieu l'utilisation des ressources chiffrées et des infographies (y compris dynamiques – non figées comme en presse imprimée) : qu'elle ait concerné des données *open source* ou issues des institutions et organisations privées (renouvelant par là-même la question de la dépendance aux sources : Parasio et Dagiral, 2013), et qu'elle ait traduit visuellement des récits journalistiques avec une certaine efficacité ou qu'elle les ait rendus plus consensuels et moins éditorialisés (Roumanos, 2020), cette utilisation s'est révélée croissante. Il est d'ailleurs notable que plusieurs unités de vérification aient été lancées par une hybridation avec le *data journalism* ou journalisme de données (Vauchez, 2019).

À l'instar de ce qu'avaient déjà pu observer Chris Paterson et David Domingo (2008) dans leur ethnographie de rédactions une dizaine d'années après leur appropriation du web, nous relevons par ailleurs, pour les unités journalistiques dédiées à la vérification de l'information, une évidente agilité numérique de leurs (jeunes) agents. Ces derniers, depuis les premiers temps du *fact-checking*, démontrent par exemple plusieurs capacités devenues, depuis, des fondamentaux pour la majorité des journalistes : la mobilisation des réseaux socio-numériques (Mercier et Pignard-Cheynel, 2018) ; l'utilisation d'outils spécifiques en ligne ; une écriture fondée sur l'environnement numérique lui-même, par exemple respectant les stratégies du référencement web (ou SEO – Search Engine Optimisation), soignant l'attractivité de leurs titres jusqu'à créer des techniques langagières qui leur sont spécifiques (Bigot et Nicey, 2021) et permettant des lectures et découvertes de proche en proche, en particulier *via* l'intégration d'hyperliens, abolissant de fait la linéarité et le cloisonnement des supports médiatiques traditionnels (de Maeyer, 2013) ; ou encore des compétences d'exploration de sources nouvelles et de terrains innovants.

C'est d'ailleurs leur familiarité avec de telles pratiques numériques qui, le plus souvent, a conduit ces jeunes praticiens à leur recrutement comme *fact-checkers*, comme a pu le montrer notamment Laurent Bigot (2019, p. 69-71). Si, en l'absence d'étude plus précise, il est peu aisé d'établir le commun et le singulier au sein des trajectoires de ces journalistes, on relèvera tout de même plus largement que leurs approches différentes des récits, des temporalités et des sources *via* le numérique ont justement adapté le travail de vérification des informations traditionnellement existant (*a priori* et avant publication/diffusion, d'abord en interne aux rédactions) : elles ont précisément généré ledit *fact-checking*, à savoir la vérification cette fois *a posteriori* (Bigot, 2019) des déclarations dans l'espace public, c'est-à-dire leur mise à l'épreuve et leur mise à distance (voir *infra*).

Autre pratique facilitée par le numérique : le travail collaboratif. Les journalistes spécialisés dans la vérification l'ont adopté, voire développé, à différents niveaux. Ce fut le cas entre confrères *fact-checkers* appartenant à divers médias avec lesquels, rompant les habituels principes de concurrence, ils ont par exemple expérimenté une coalition lors de l'élection présidentielle de 2017 (Smyrnaio, Marty et Chauvet, 2019 ; Nicey et Bigot, 2020). Surtout, est à souligner une autre collaboration : celle avec les publics. Bien plus que le traditionnel courrier des lecteurs, le journalisme des années 2000 a incité ses publics à participer en adressant en ligne leurs éléments ou réflexions concernant l'actualité (Rosen, 2011), promouvant même les contenus générés par l'utilisateur – ou *user generated content*. Qu'il se soit agi de stimulation des commentaires, par exemple à l'occasion d'événements politiques inattendus (Marty, Pignard-Cheynel et Sebbah, 2016 ; Degand et Simonson, 2012), ou de contributions portant sur un matériau visuel d'actualité, en particulier photographique (Allan, 2017 ; Nicey, 2012), le journalisme participatif s'est répandu par la suite (Singer *et al.*, 2011), selon de multiples modalités qui ont même interrogé l'identité des rédactions professionnelles. En témoigne le statut ambigu des productions, notamment qualifiées de « *pro-am* » à l'aube des années 2010 (Bruns, 2011). Or pour le *fact-checking*, particulièrement depuis 2017, ces mécanismes de la participation ont été

réactivés par l'appel aux alertes et aux interpellations de ses lecteurs, ce que la transformation en « *CheckNews* » de la cellule et rubrique initialement intitulée « Désintox » de *Libération* symbolise le plus parmi les unités françaises (Nicey, 2020) ; son slogan « Le moteur de recherche humain » et la formule « Posez vos questions, nous y répondons » illustrent une telle démarche.

On constate donc avec ces multiples appropriations des potentialités du numérique par les *fact-checkers* un double phénomène de (dis)continuités. D'une part, ces journalistes spécialisés dans la vérification de l'information ont poursuivi la marche enclenchée vers les technologies digitales par leurs proches aînés depuis le milieu des années 1990 (quel que soit leur champ d'activité – généralistes ou spécialistes d'une thématique). Mais d'autre part, durant les années 2000 et plus encore 2010, ils ont particulièrement saisi les opportunités techniques et adaptatives (*pushs* sur les réseaux socio-numériques, titres attractifs, maîtrise du référencement, etc.) au point d'intensifier les pratiques numériques et d'en proposer de nouvelles (fouille de données, recherche de sources plus confidentielles, etc.), rompant avec l'exercice du métier tel qu'il était effectué par les collègues et confrères plus anciens. Avec pour conséquence principale et signifiante de ces transformations le positionnement des journalistes eux-mêmes, c'est-à-dire leurs relations vis-à-vis des publics et vis-à-vis du personnel politique, comme nous allons désormais le voir. Il n'est ainsi pas étonnant que les dirigeants de médias aient promu les *fact-checkers*, indépendamment de leur expertise technique : ils ont trouvé par leur biais un moyen d'améliorer l'image globale de leur média.

RÉPUTATION, UTILITÉ ET LIEN AVEC LES PUBLICS : LE FACT-CHECKING COMME ÉTENDARD DES RÉDACTIONS

Au-delà de leur appropriation des moyens techniques offerts par le numérique, dont on a pu voir dans quelle mesure ils en ont fait une utilisation cumulative et exacerbée – voire ont contribué à en renforcer la pratique à l'intérieur des rédactions qui les emploient – les *fact-checkers* se retrouvent investis de diverses missions et rôles qui dépassent le simple cadre d'écriture de l'actualité. En cela toutefois, ils incarnent plusieurs transformations dans les stratégies de communication des médias, durant ce dernier quart de siècle.

Le contexte est, on le sait, celui d'une défiance accrue vis-à-vis des entités professionnelles et établies du journalisme. Du côté des dirigeants des médias et de leurs services de communication, les visées de lutte contre une telle défiance sont donc passées ces dernières années par une valorisation de leur unité de vérification de l'information, pour ceux en possédant une : en l'occurrence en insistant sur la primauté de la factualité et sur l'extrême rigueur concernant les informations collectées ; en soulignant le travail effectué en amont avec (et sur) les sources, et en aval sur les productions diffusées ; en mettant parfois l'accent sur le repère que peuvent constituer leurs productions face aux rumeurs en ligne (voir *supra*). Ces opérations de communication, qui entrent en réelle résonance avec celles, antérieures, autour du médiateur de la rédaction chargé de gérer et de soigner le « capital journalistique » (Champagne, 2000), sont opérées soit sur l'espace même du média, soit dans des interviews accordées à des confrères spécialisés, soit dans des salons ou débats publics, soit dans des campagnes d'*e-mailings* de « reconquête et légitimation [s'appuyant sur] le capital symbolique [de la cellule] » (Jaubert et Rivron, 2021). Elles sont le plus souvent destinées à inciter les utilisateurs à s'abonner – puisque l'abonnement s'avère la stratégie économique la plus sûre (voir *infra*). Dans la même veine, rappelons que les médias dotés d'unité de *fact-checking* ont mené ces dernières années des opérations de marketing éditorial, destinées à démontrer leurs efforts en matière de transparence

(Petters, 2020 ; Nicey et Bigot, 2020). Alors qu'ils le faisaient peu à l'origine quand certaines de ces cellules ou rubriques apparaissaient davantage sous la forme de blog, ils ont désormais compris l'intérêt d'utiliser et de promouvoir le *fact-checking* comme argument de fiabilisation voire de certification de leurs contenus d'actualité, dans leur intégralité. Ce qui est en jeu ici dépasse donc le cadre strict de l'équipe de vérification et de sa notoriété plus ou moins avérée : il s'agit de la réputation de l'ensemble du média. D'une certaine manière, il s'agit même, *via* l'enquête, de rendre au journalisme ses lettres de noblesse, quitte à frôler une dimension mythifiée : nombreux sont les professionnels du métier à souligner en effet que la définition pure du journalisme doit être traversée par l'investigation et la recherche de la vérité (Marchetti, 2000 ; Kovach et Rosenstiel, 2004 ; Dubied, 2018 ; Plenel, 2021).

Parallèlement, regagner la confiance des publics a passé et passe toujours par la prise en compte des discours critiques vis-à-vis des médias, en particulier ceux d'une trop grande bienveillance, voire d'une connivence (Lévrier, 2016) avec les entités instituées et leurs représentants – que ces derniers soient politiques, économiques ou culturels. On pense ici, par exemple et parmi d'autres, aux reproches formulés à l'égard des journalistes politiques classiques, dans leurs récits des coulisses des stratégies électorales et à la récurrence de la rhétorique du « cynisme politique » (Saitta, 2008, p. 123-124). À ce stade, aucune étude en France n'a fait émerger d'enseignements concernant les pratiques différenciées des *fact-checkers* en matière de sujets traités ou d'angles, par rapport à leurs collègues traditionnels. En revanche, nous avons pu montrer dans le cadre d'autres travaux que les rédactions de *fact-checking* proposent à leurs lecteurs « non plus une diction mais une contradiction des propos des gouvernants ou des personnalités, une mise en doute, à tout le moins une mise à distance » (Bigot et Nicey, 2021, p. 155). De « *gate keepers* » (White, 1950), c'est-à-dire de leur capacité traditionnelle à choisir les sujets d'actualité et à les agencer en déterminant ainsi la teneur du débat public, ils sont passés à une activité de « *gate watching* » (Bruns, 2005 ; Amazeen *et al.*, 2019). En d'autres termes, ils relèvent ainsi le défi sain et citoyen de « distanciation » (Kovach et Rosenstiel, 2014 ; Kaciaf, 2014 ; Graves *et al.*, 2016). Ce positionnement se traduit par l'utilisation de titres attractifs – lesquels conviennent par ailleurs parfaitement à l'environnement du web (voir *supra*). De tels titres, par leur caractère explicite (de démenti, tout en restant factuel : « Non, ... ») voire corrosif, c'est-à-dire comprenant des qualificatifs peu tendres et empreints de « radicalité » vis-à-vis des politiques et de leurs déclarations erronées ou abusives, sont devenus la « marque de fabrique » du *fact-checking*, plus encore pour *Libération* et son unité « Désintox » ; au-delà des pratiques d'écriture, un tel positionnement conduit à une réflexion dans les autres services plus traditionnels, voire à un agacement vis-à-vis de ces jeunes collègues qui, sans l'exprimer pour autant, semblent leur faire la leçon – celle d'une plus grande mise à distance du champ politique (Bigot et Nicey, 2021, p. 156-160).

Dans un mouvement contraire, soulignons un rapprochement avec les publics, à l'image de ce que nous indiquions plus haut concernant la transformation en 2017 de la cellule de vérification de *Libération* (dès lors renommée « CheckNews »). Ce processus correspond à des visées tantôt commerciales (espoirs de conversions à l'abonnement là encore, voir *infra* ; mais aussi *community management* sur les réseaux socio-numériques), tantôt citoyennes : dans ce dernier cas, on relève à la fois la participation des *fact-checkers* aux processus d'éducation aux médias et à l'information, et la production d'articles pédagogiques (qui informent non plus seulement sur les faits mais sur les mécanismes de circulation des nouvelles en ligne, sans se limiter aux publics jeunes ou scolaires). Outre le fait qu'à cette occasion, comme nous avons pu déjà le montrer (Bigot et Nicey, 2021, p. 160-162), les articles mis en ligne ont eu tendance à voir leur calibre s'allonger par rapport aux normes habituelles, particulièrement entre 2015 et 2017 pour les deux

rédactions pionnières (« Désintox » de *Libération* et « Les Décodeurs » du *Monde*), on retiendra ici en quelque sorte l'intégration par les professionnels concernés de leur utilité au service des publics. En d'autres termes, pour résumer sur ce point, les *fact-checkers* ont façonné leur production comme relevant d'une activité utilitaire ou servicielle. De surcroît, relevons que si les médias dotés d'une cellule de *fact-checking* l'ont portée en étendard, c'est aussi que les retours des publics sont généralement positifs vis-à-vis de cette pratique, dans un contexte global marqué, lui, par des bouleversements et des incertitudes – ces dernières ayant été en outre financières pour les médias, comme nous allons désormais le voir.

À LA RECHERCHE D'UN MODÈLE ÉCONOMIQUE : TÂTONNEMENTS ET PERSPECTIVES VIS-À-VIS DES GÉANTS DU NUMÉRIQUE

En dehors de la numérisation des pratiques professionnelles concrètes au quotidien et en dehors des efforts en direction des publics, dont nous avons pu faire état ci-dessus, le *fact-checking* a également incarné – et continue d'incarner – les attermoissements des rédactions journalistiques en matière de stratégies économiques. Nous allons ici exposer et examiner plusieurs éléments qui en attestent.

Arrêtons-nous en premier lieu sur les interrogations profondes auxquelles ont été soumis les médias – quel que soit leur support – concernant le modèle économique en ligne le plus adéquat à adopter, dans un cadre dominé par les régimes numériques et dans un contexte devenu hyperconcurrentiel. Comme l'ont souligné plusieurs travaux (Lyubareva et Rochelandet, 2016 ; Sonnac et Gabszewicz, 2013, p. 57-84), la mise en disponibilité des contenus d'actualité sur les espaces numériques a bouleversé les équilibres traditionnels des industries médiatiques et a conduit à opposer deux logiques. D'un côté, on trouve la logique du *paywall* (ou mur à péage), en d'autres termes le paiement par l'utilisateur, soit *via* l'abonnement directement imposé (*hard paywall*), soit *via* l'achat d'articles à l'unité (formule en réalité peu utilisée, hormis par les professionnels dans leur propre secteur) ou la consultation « offerte » de quelques articles avant abonnement (*metered paywall*). De l'autre côté, c'est la logique d'accès « gratuit » pour l'utilisateur. Pendant près de vingt ans l'information médiatique professionnelle déployée en ligne a en réalité été marquée par une troisième logique, mêlant les deux premières, à savoir le modèle *freemium*. Mais depuis le milieu des années 2010, face à des ressources tarées – suite, notamment, à un marché publicitaire en ligne accaparé par des géants, pour la plupart états-uniens (voir *infra*) – les rédactions médias ont de plus en plus privilégié les contenus payants. Dans ce paysage et au milieu de telles évolutions, le *fact-checking* fait figure d'exception : l'accès gratuit aux contenus de vérification a le plus souvent été privilégié. Outre le levier de réputation qu'ils constituent (voir *supra*), c'est ici leur utilité et, en quelque sorte, le « service public » (donc démonétisé) qu'ils apportent dans un environnement numérique mêlant informations sérieuses et informations douteuses, qui expliquent ce choix d'un accès non payant. Avec l'espoir, *in fine*, de convaincre les lecteurs fidèles de ces espaces de finir par s'abonner au média.

Dans un autre registre, les unités de *fact-checking* ont, comme d'autres équipes, expérimenté les ressorts de la relation complexe avec les plateformes numériques. Les débats, internes et externes aux rédactions, sur les rapports à établir avec les « infomédiaires », en particulier Google, Facebook et Twitter (Rebillard et Smyrniaios, 2010, 2019 ; Sire, 2013 ; Nielsen et Ganter, 2017), continuent d'ailleurs d'animer les esprits : comme nous avons pu le montrer dans d'autres travaux, les divers partenariats noués par les *fact-checkers* avec les géants numériques, certes en bénéficiant au passage des outils

techniques de ces derniers (Beers *et al.*, 2020), renforcent en réalité une relation « intégrative et asymétrique » où ces journalistes spécialisés dans la vérification de l'information en ligne servent de caution et apportent à la fois leur réputation et leur expertise (Nicey et Bigot, 2020). Ce, contre rétribution, conduisant même certaines marques médias prestigieuses, parmi lesquelles l'Agence France-Presse (et sa cellule AFP-Factuel, constituée de plus de 100 journalistes dans 80 pays), à considérer qu'elles trouvent là un « relais de croissance » (Schmitt et Madelaine, 2020) – après une dizaine d'années complexes d'accapatement de ses contenus par divers acteurs numériques, notamment Google Actualités, ayant donné lieu à une lutte sur les droits voisins (en France comme en Europe). Toutefois d'autres rédactions, au premier rang desquelles « CheckNews » de *Libération*, ont au contraire, à la suite de plusieurs réflexions sur de telles (inter-)dépendances et sur les contraintes de tels partenariats, décidé de s'en désengager (Mouillot, 2021) – décision dont il faudra suivre si elle fait tache d'huile auprès des unités encore collaboratrices des plateformes.

Les questionnements – passés, récents et à venir – des médias concernant la monétisation de leurs contenus et activités, et des clients ou partenaires à privilégier pour installer un modèle d'affaires pérenne, selon des modalités bien distinctes de ce qu'elles connaissaient traditionnellement avant l'arrivée du numérique, sont donc ressentis et vécus directement par les équipes de *fact-checking*. Si aucune de ces dernières n'est amenée à les résoudre de manière autonome, puisqu'elles appartiennent toutes en France à un média-amiral, elles travaillent en concertation avec leurs directions pour définir les stratégies financières les plus pertinentes, voire les guident quand les opportunités de revenus – et d'image, nous l'avons vu – sont existantes et intéressantes, pour peu qu'elles ne conduisent pas à une dilution des objectifs éditoriaux. En clair, les *fact-checkers* ont progressivement pris place, pour les médias qui en emploient, au cœur des positionnements économiques et concurrentiels, et il conviendra ainsi de suivre, durant la prochaine décennie voire durant le prochain quart de siècle, dans quelle mesure ces unités de vérification de l'information conservent leur place stratégique dans les orientations des médias concernés, autant que dans les médias qui réfléchissent à en créer, toutes échelles géographiques et toutes thématiques confondues.

CONCLUSION

Au terme de cette revue critique de la littérature sur les cellules de *fact-checking*, il convient de retenir que ces dernières se sont retrouvées au croisement des nombreuses mutations vécues par la presse ces vingt-cinq dernières années : d'aucuns admettront même qu'à certains égards elles semblent en être la réponse en condensé – même si nous n'avons nullement cherché ici à en exemplifier la pratique ni les acteurs. En définitive, comme nous avons pu l'examiner, les rédactions journalistiques ayant installé en leur sein des unités de vérification factuelle de l'information ont mis en œuvre un triple opportunisme : un premier en s'appropriant techniquement les potentialités du numérique et en développant de nouvelles par leur biais ; un deuxième en offrant une place aux publics et à leurs interrogations sur l'actualité, et en ambitionnant d'y répondre, rejoignant dès lors une stratégie de réputation fondée sur les dimensions d'utilité et de service ; un troisième, enfin, en se servant en partie de ces unités comme poissons-pilotes pour exploiter des ressources financières dans un environnement dominé par les plateformes, entreprises à la fois concurrentes et partenaires.

Cette combinaison ou conjonction de transformations médiatiques, avec ses vertus et ses vices comme nous l'avons vu, conduit les professionnels concernés – les *fact-checkers* – d'une part à défendre leur manière d'enquêter, d'autre part à se voir en partie érigés comme

symboles voire comme instruments de réputation, notamment à travers la promotion de leur propre participation à la lutte collective contre les fausses informations (Joux et Pélissier, 2018). Un tel glissement ne laisse pas d'interroger : cela soulève en effet plusieurs enjeux, plusieurs limites et plusieurs risques. Notamment dans les adaptations récentes du *fact-checking* et dans sa valorisation (Graves et Mantzarlis, 2020), cette fois comme figure ou effigie, voire parangon du journalisme, dans un contexte de troubles de l'information en ligne (Wardle et Derakhshan, 2017).

De fait, le travail, la réputation et la portée relative du *fact-checking* suscitent des convoitises. D'abord de la part des plateformes, comme on a pu le montrer : en sous-traitant le « nettoyage » de leurs espaces aux *fact-checkers*, elles ont redéfini les rôles et choix éditoriaux de ces derniers. De même, les velléités des pouvoirs politiques – nationaux et supranationaux – à soutenir les unités de vérification de l'information, ont été constatées, et d'ailleurs rejetées aussi bien par la corporation que par une partie des publics. Pour s'en convaincre, pensons entre autres, durant la première phase de la période de crise sanitaire de la Covid-19, au printemps 2020, à l'exemple du gouvernement français et de sa rubrique web d'agrégation de contenus médias de vérification (« Désinfox Coronavirus », abandonnée après sa puissante dénonciation par la profession), ou à l'Union européenne, à l'OMS (Organisation mondiale de la santé) et à leurs espaces respectifs dédiés, là aussi, à informer factuellement sur le coronavirus et sur les préconisations médicales le concernant. Notons au passage que cet intérêt renforcé vis-à-vis des productions accessibles des *fact-checkers* s'est produit dans un contexte où la pandémie de Covid-19 a accéléré la numérisation des organisations médiatiques (Newman, 2021).

Or, de telles convoitises dessinent des pistes intéressantes pour de futures recherches sur le sujet. En premier lieu et à un niveau français, il pourrait se révéler fécond d'approfondir les questions de cohérence et d'harmonisation – ou non – des pratiques professionnelles de vérification : une quinzaine d'années après leur apparition dans le paysage national, les *fact-checkers* ont-ils des intentions, des modalités de production et des trajectoires semblables à celles de leurs aînés ? Et ces éléments sont-ils convergents entre rédactions consœurs ou au contraire soulignent-ils une hétérogénéité destinée à faire du *fact-checking* un produit distinctif, d'une part entre médias concurrents, d'autre part vis-à-vis d'acteurs non journalistiques cherchant à s'appropriier cette pratique voire à l'institutionnaliser ? Analyses de contenus, observations ethnographiques et nouvelles séries d'entretiens semi-directifs permettraient d'y répondre. Enfin, d'un point de vue technique, dans quelle mesure la vérification de l'information sera-t-elle amenée à intégrer les nouvelles expérimentations et potentialités numériques ? S'il a déjà été démontré que le *fact-checking* automatisé présente autant de promesses que de limites (Graves, 2018), les développements de travaux académiques interrogeant la place de la robotisation, déjà testée dans d'autres activités en journalisme (Dierickx, 2019), voire celle de l'intelligence artificielle (Roy, Brin, Gramaccia, 2021) et de ses défis ultérieurs, seront assurément à suivre durant la prochaine décennie.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Allan, Stuart (dir.) (2017), *Photojournalism and Citizen Journalism: Co-Operation, Collaboration and Connectivity*, Londres/New York, Routledge.

- Amazeen, Michelle A. ; Vargo, Chris J. ; Hopp, Toby (2019), « Reinforcing attitudes in a gatewatching news era: Individual-level antecedents to sharing fact-checks on social media », *Communication Monographs*, vol. 86, p. 112-132.
- Beers, Andrew ; McClure Haughey, Melinda ; Arif, Ahmer ; Starbird, Kate (2020), « Examining the digital toolsets of journalists reporting on disinformation », *Proceedings of Computation + Journalism 2020 (C+J'20)*, ACM (Association for Computing Machinery), https://cpb-us-w2.wpmucdn.com/express.northeastern.edu/dist/d/53/files/2020/02/CJ_2020_paper_50.pdf
- Bigot, Laurent (2019), *Fact-checking vs. Fake news. Vérifier pour mieux informer*, Paris, INA Editions.
- Bigot, Laurent (2017), « Les journalistes *fact-checkers* français entre réinvention de la vérification et quête de reconnaissance professionnelle », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, vol.18 n°2, p. 19-31.
- Bigot, Laurent ; Nicey, Jérémie (2021), « “Tous menteurs” ? Quand le *fact-checking* modifie les rapports du journalisme au politique » (p. 153-168), in Rodriguez, Marie-Soledad ; Decobert, Claire (dir.), *Construction et déconstruction du politique par les médias européens depuis 1975 (Espagne, France, Royaume-Uni)*, Berlin, Peter Lang.
- Boczkowski, Pablo J. ; Mitchelstein, Eugenia (2009), « Between tradition and change, a review of recent research on online news production », *Journalism*, vol. 10, n°5, p. 562-586.
- Bruns, Axel (2005), *Gatewatching, Not Gatekeeping : Collaborative Online News Production*, Peter Lang, Unites States of America.
- Bruns, Axel (2011), « News produsage in a pro-am mediasphere » (p. 132-147), in Meikle, Graham ; Redden, Guy (dir.), *News online: Transformations and continuities*, Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- Champagne, Patrick (2000), « Le médiateur entre deux Monde. Transformation du champ médiatique et gestion du capital journalistique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 131-132, p. 8-29.
- Degand, Amandine ; Grevisse, Benoît (dir.) (2012), *Journalisme en ligne, pratiques et recherches*, Paris, de Boeck.
- Degand, Amandine ; Simonson, Mathieu (2012), « La modération des fils de discussion dans la presse en ligne », *Les Cahiers du Journalisme*, n°22-23, p. 56-72.
- de Maeyer, Juliette (2013), *L'usage journalistique des liens hypertextes. Étude des représentations, contenus et pratiques à partir des sites d'information de la presse belge francophone*, thèse de doctorat en Communication, Université Libre de Bruxelles.
- Dierickx, Laurence (2019), « Information automatisée et nouveaux acteurs des processus journalistiques », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, vol. 8, n°2, p. 154-167, <http://revue.surlejournisme.com/slj/article/view/408>
- Dobbs, Michael (2012), *The Rise of Political Fact-Checking*, Media Policy Initiative, New America Foundation.
- Dubied, Annik (2018), « Le journalisme d'investigation contemporain : du mythe au renouvellement ? », *European Journalism Observatory*, [En ligne], https://fr.ejo.ch/formats-pratiques/investigation-contemporaine-mythe-renouvellement-leaks#_ftnref3
- Graves, Lucas ; Mantzarlis, Alexios (2020), « Amid political spin and online misinformation, fact-checking adapts », *The Political Quarterly*, vol. 91, n°3, p. 585-591.

Graves, Lucas (2018), « Understanding the Promise and Limits of Automated Fact-Checking », *Reuters Institute for the Study of Journalism*, University of Oxford, February 2018 Factsheet, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-02/graves_fact-sheet_180226%20FINAL.pdf

Graves, Lucas ; Nyhan, Brendan ; Reifler, Jason (2016), « Understanding Innovations in Journalistic Practice : A Field Experiment Examining Motivations for Fact-Checking », *Journal Of Communication*, n°66, p.102-138.

Jaubert, Elsa ; Rivron, Vassili (2021), « Aux frontières du *fact-checking*. Le “complo-tisme” comme révélateur des normes et des logiques d’un nouveau genre journalistique », *RESET – Revue en sciences sociales sur Internet*, n°10, [en ligne], <https://journals.openedition.org/reset/3173>

Joux, Alexandre ; Péliissier, Maud (dir.) (2018), *L’information d’actualité au prisme des fake news*, Paris, L’Harmattan.

Kaciaf, Nicolas (2014), « Communication politique et distanciation journalistique. Les transformations contemporaines des pages Politique de la presse écrite française », *Savoir/Agir*, n°28, p. 13-18.

Kovach Bill, Rosenstiel Tom (2014), *Principes du journalisme. Ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger*, Paris, Gallimard, col. Folio actuel.

Lévrier, Alexis (2016), *Le contact et la distance : le journalisme politique eu risque de la connivence*, Paris, Les Petits Matins.

Lyubareva, Inna ; Rochelandet, Fabrice (2016), « L’évolution des modèles d’affaires dans les industries créatives. L’exemple de la presse en ligne en France (2004-2014) », *Revue de l’économie industrielle*, n°156, p. 123-157.

Marchetti, Dominique (2000), « Les révélations du “journalisme d’investigation” », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 131-132, p. 30-40.

Marty, Emmanuel ; Pignard-Cheynel, Nathalie ; Sebbah, Brigitte (2016), « Internet users’ participation and news framing: The Strauss-Kahn case-related Live Blog at Le Monde.fr », *New Media and Society*, vol. 19, n°12, p. 1964-1982.

Mercier, Arnaud ; Pignard-Cheynel, Nathalie (dir.) (2018), #info, *Commenter et partager l’actualité sur Twitter et Facebook*, Paris, Edition Maison des Sciences de l’Homme.

Mercier, Arnaud ; Pignard-Cheynel, Nathalie (2014), « Mutations du journalisme à l’ère du numérique : un état des travaux », *Revue française des sciences de l’information et de la communication*, [en ligne], <https://journals.openedition.org/rfsic/1097>

Moullot, Pauline (2021), « Pourquoi CheckNews ne fait plus de *fact-checking* avec Facebook », *Libération*, 7 mars 2021, https://www.liberation.fr/checknews/pourquoi-checknews-ne-fait-plus-de-fact-checking-avec-facebook-20210307_JAHVHU2NJRA-5HAV7NTCUCWX3DE/

Newman, Nic (dir.) (2021), *Digital News Report 2021 - 10th edition*, *Reuters Institute for the Study of Journalism*, [en ligne], [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital News Report 2021 FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital%20News%20Report%202021%20FINAL.pdf)

Nicey, Jérémie (2020), « Les pratiques de *fact-checking* journalistique participatif, entre contraintes et intérêts », *Interfaces numériques*, Vol. 9, n°2, <https://www.unilim.fr/interfaces-numeriques/4283>

Nicey, Jérémie (2012), « La certification de contenus collaboratifs à l’agence photo Citizenside : entre procédures nouvelles et fondamentaux anciens », *tic& société*, Vol. 6, n°1, [En ligne], <http://ticetsociete.revues.org/1183>

Nicey, Jérémie ; Bigot, Laurent (2020), « Le soutien de Google et de Facebook au *fact-checking* français : entre transparence et dépendance », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, Vol. 9, n°1, p. 188-203, <https://revue.surlejournisme.com/slj/article/view/418>

Nicey, Jérémie ; Bigot, Laurent (2019), « Un pour tous, tous pour un ? Les pratiques inédites de “coalition” des journalistes *fact-checkers* français durant la campagne présidentielle de 2017 » (p. 121-141), in Theviot, Anaïs (dir.), *Médias et élections. Les campagnes présidentielle et législatives de 2017*, Villeneuve-d’Ascq, Presses universitaires du Septentrion, coll. Espaces politiques, 254 p.

Nielsen, Rasmus Kleis ; Ganter, Sarah Anne (2017), « Dealing with Digital Intermediaries: A Case Study of the Relations Between Publishers and Platforms », *New Media & Society*, vol. 20, n°4, p. 1600-1617.

Parasie, Sylvain ; Dagiral (2013), « Des journalistes enfin libérés de leurs sources ? Promesse et réalité du “journalisme de données” », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, Vol. 2, n°1, 2013, p. 52-62.

Paterson, Chris ; Domingo, David (2008), *Making online news: the ethnography of new media production*, New York, Peter Lang, 236 p.

Petters, Lorreine (2020), « Injonction à la transparence dans le *fact-checking* : de l’idéal de l’objectivité à une tentative de proximité », *SociologieS*, [en ligne], <http://journals.openedition.org/sociologies/14951>

Plenel, Edwy (2021), « Dans la tempête, le journalisme doit s’accrocher à des principes » (entretien avec Bertrand Labasse), *Les Cahiers du journalisme*, seconde série, n°7, D7-D18, <https://cahiersdujournalisme.org/V2N7/CaJ-2.7-Edition.pdf>

Rebillard, Franck ; Smyrnaio, Nikos (2019), « Quelle “plateformisation” de l’information ? Collusion socioéconomique et dilution éditoriale entre les entreprises médiatiques et les infomédiaires de l’Internet », *tic&société*, vol. 13, n°1-2, p. 247-293.

Rebillard, Franck ; Smyrnaio, Nikos (2010), « Les infomédiaires, au cœur de la filière de l’information en ligne », *Réseaux*, n°160-161, p. 163-194.

Rosen, Jay (2011), « From “write us a post” to “fill out this form” : Progress in Pro-Am journalism », Speech to Personal Democracy Forum, June 7, *PressThink*, [en ligne], <http://pressthink.org/2011/06/from-write-us-a-post-to-fill-out-this-form-progress-in-pro-am-journalism/>

Roumanos, Rayya (2020), « Le journalisme de données : hyperspécialisation, horizontalité et renoncement éditorial » (p. 129-145), in Assogba, Henri (dir.), *Journalismes spécialisés à l’ère numérique*, Québec, Presses universitaires de Laval.

Roy, Jean-Hugues ; Brin, Colette ; Gramaccia, Julie (dir.) (2021), dossier « Intelligence artificielle : coup de grâce ou coup de pouce pour le journalisme et l’information ? », *Les Cahiers du journalisme*, seconde série, n°7, <https://cahiersdujournalisme.org/V2N7/CaJ-2.7-Edition.pdf>

Saitta, Eugénie (2008), « Les journalistes politiques et leurs sources. D’une rhétorique de l’expertise critique à une rhétorique du “cynisme” », *Mots. Les langages du politique*, n°87, p. 113-128.

Sauvageau, Florent ; Thibault, Simon ; Trudel, Pierre (dir.) (2018), *Les fausses nouvelles : nouveaux visages, nouveaux défis*, Québec, Presses de l’Université Laval.

Schmitt, Fabienne ; Madelaine, Nicolas (2020), « L'AFP reste confiante même s'il y aura des lendemains difficiles, dit son PDG », *Les Echos*, édition du 11 mai 2020, <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/lafp-aura-une-fin-dannee-difficile-malgre-des-amortisseurs-dit-son-pdg-1202040>

Singer, Jane B. ; Domingo, David ; Heinonen, Ari ; Hermida, Alfred ; Paulussen, Steve ; Quandt, Thorsten ; Reich, Zvi ; Vujnovic, Marina (2011), *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*, Boston, Massachusettes, US, Wiley-Blackwell.

Sire, Guillaume (2013), « Google et les éditeurs de presse en ligne, une configuration négociée et négociable », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, vol. 2, n°1, p. 88-101.

Smyrnaio, Nikos ; Marty, Emmanuel ; Chauvet, Sophie (2019), « Journalistic collaboration as a response to disinformation online: The case of the CrossCheck project during the presidential election in France », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, vol. 8, n°1, p. 68-81.

Sonnac, Nathalie ; Gabszewicz, Jean (2013), *L'industrie des médias à l'ère numérique*, Paris, La Découverte.

Stencel, Mark ; Luther, Joël, 2020 (13 octobre), « Fact-checking count tops 300 for the first time », *Duke Reporter's Lab*, [en ligne], <https://reporterslab.org/fact-checking-count-tops-300-for-the-first-time/>

Tessier, Marc (2007), *La presse au défi du numérique, Rapport au ministre de la culture et de la communication*, [en ligne], <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Presse/Documentation/Rapports-etudes/La-presse-au-defi-du-numerique-rapport-de-M.-Marc-TESSIER>

Vaucher, Ysé (2019), « Les mythes professionnels des fact-checkeurs. Un journalisme de données au service de la vérité », *Politiques de communication*, vol. 1, n°12, p. 21-44.

Wardle, Claire ; Derakhshan, Hossein (2017), *Information Disorder, Report for the Council of Europe*.

White David M., 1950, « The "gate-keeper" : A case study in the selection of news », *Journalism Quarterly*, n°27, p. 383-390.

Witschge, Tamara ; Anderson, Chris W. ; Domingo, David ; Hermida, Alfred (dir.) (2016), *The Sage Handbook of Digital Journalism*, London, Sage.