Les fake news – mutation de l'information

Ioana-Crina PRODAN
crinacoroi@yahoo.fr
Université « Ştefan cel Mare » de Suceava (Roumanie)

Abstract: This article aims to present a global image on the phenomenon of fake news, a phenomenon that seems to have invaded the media discourse space around the world. Under the mask of a serious and sincere attitude, the fake news conveys information written or pronounced in the form of titles that seek the sensational, the shocking, even the macabre. The privileged subject is always offered by a certain personality of the moment, a movie star, a public/political figure, a historical image etc.

Keywords: *fake news, written information, media discourse, discursive manifestation.*

I. Les fake news - mutation des discours

Les fausses nouvelles existent depuis toujours, même si, à présent elles semblent avoir envahi l'espace discursif médiatique partout dans le monde. C'est une réalité incontournable, une vérité parfaitement vérifiable le long de l'histoire qui a engendré parfois des conséquences implacables dans toute époque de l'histoire humaine. Tout le monde a rencontré ou a entendu parler de ce phénomène appelé des *fake news* à présent, sous la forme d'un syntagme consacré – *fausses informations, fausses nouvelles* etc. – surtout dans les réseaux sociaux (*i.e.* Facebook, Twitter, Instagram etc.) dans lesquels pas mal de personnes « habitent » couramment ou dans les médias qui font souvent appel à ce syntagme pour différentes raisons (non)déclarées. Sous le masque d'une attitude sérieuse et sincère, les *fake news* véhiculent des informations écrites ou prononcées sous la forme des titres qui cherchent le sensationnel, le choquant, même le macabre. Le sujet privilégié est toujours offert par une certaine personnalité du moment, une star de cinéma, une figure publique/politique, une image à caractère historique etc.

Quant aux discours utilisés pour mettre en marche ce type de rumeurs, car en réalité, ce sont des rumeurs, au moins au début de leur existence, on peut facilement remarquer une certaine transformation des mots, de leur sens primaire, de leur finalité habituelle. Parfois il y a des personnes qui lancent différentes rumeurs sous la forme d'une

BDD-A29203 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 01:17:36 UTC)

blague, sous le masque d'un discours amusant, relaxant, très facile à être retenu et retransmis aux autres par le biais des réseaux sociaux. Un autre cas concerne des personnes qui cachent, dans un discours agressif, voire brutal, des intentions personnelles ou collectives (*i.e.* les « trolls » qui alimentent constamment les sections dédiées aux commentaires sur les sites de certains journaux en ligne, des télévisions ou des radios qui existent également dans l'espace virtuel, de certains blogues ou vlogues etc.)

En réalité, on pourrait se demander à quelle fin est apparue cette nouvelle forme de manifestation discursive. Au-delà de ce qu'on a déjà souligné, on remarque aussi une ferme intention d'induire les autres en erreur sur un certain sujet de l'actualité informationnelle publique, de même qu'une intention (non)déclarée de s'ériger comme être les voix des certaines idéologies politiques, culturelles, économiques, religieuses etc. À quelle fin ? Mais bien évidemment, pour manipuler l'opinion publique, pour l'encourager et la soutenir à se rallier à une multitude de causes idéologiques imaginées par des structures organisationnelles ou politiques actives. Une stratégie discursive utilisée dans la situation de ces possibilités mentionnées serait la mise en relief des exemples historiques qui ont provoqué les mêmes conséquences désastreuses pour un cas ou un autre. L'association n'est pas hasardée, elle est bien choisie, parce que les gens ont la tendance d'accepter plus facilement la vérité d'une situation si elle a été déjà vérifiée et légitimée par l'histoire.

Une autre finalité, avec la manipulation, serait la mise en confusion de l'opinion publique, la création d'une certaine tension et d'un certain doute quant à la compétence des journalistes et à la véridicité des nouvelles transmises par leurs discours. Alors, si le professionnalisme des émetteurs est placé sous un point d'interrogation, la qualité de l'information ne peut être validée d'aucune manière. D'où, par exemple, de l'apparition courante des théories visant des complots (inter)nationaux, l'existence des figures emblématiques cachées qui dirigent toute l'activité de la planète.

Comment réagir à ce phénomène des *fake news* qui est devenu une mutation du discours de la vérité ? Comment reconnaître les fausses informations et les annuler à la fois, tout en niant leur pouvoir menaçant dans l'espace discursif publique ? Une première réponse possible à ces deux questions ci-dessus serait la mise en doute des titres qui jouent la carte du sensationnel, l'existence d'une forte méfiance des discours choisis pour les titres à sensation qui ne cherchent qu'à préparer une sorte de piège discursive pour les lecteurs sensibles aux émotions, positives ou négatives, aux situations scandaleuses, aux histoires fondées sur des complots d'envergure. Toutes sortes d'informations circulent en ligne et il est recommandable de vérifier la source primaire des nouvelles de sensation tout en cherchant également des sites de bonne qualité des professionnels dans le domaine. En fait, une nouvelle réelle de l'espace médiatique doit être validée par trois sources individuelles, si l'on est un professionnel du discours médiatique. Par exemple, il existe des sites de vérification internationaux comme FactCheck, Full Fact ou Snopes et des instruments médiatiques afférents, tels Decodex qui a été mis en circulation par Le monde. Il existe également un autre projet majeur, le CrossCheck qui représente une nouvelle initiative de Google Labs et de First Draft visant à soutenir la vérité et la vérification des nouvelles et des informations véhiculées par les médias.

En plus, l'attention du récepteur de discours qui soupçonne une mutation de la vérité dans un autre type de discours pourrait être dirigée vers les citations publiées qui ne semblent pas appartenir aux sources mentionnées, étant mises en dehors de leur contexte discursif d'origine et, de la sorte, mal interprétées et déformées volontairement pour soutenir des propos ou des idées à d'autres finalités. Si une telle réalité discursive peut être décodifiée par l'interlocuteur, il est souhaitable de ne pas partager les informations lues,

BDD-A29203 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 01:17:36 UTC)

mais les informations qui expliquent les différences entre le texte d'origine et le produit textuel mis en circulation par une certaine plateforme électronique. En plus, deux géants des réseaux sociaux actuels, Google et Facebook, ont accordé un plus d'intérêt à l'impact des fake news et ils ont créé des modalités à les combattre qui soient à la portée de tous les lecteurs. C'est-à-dire que Google a ajouté un libellé marquant toutes les nouvelles qu'il considère avoir de l'air douteuse et Facebook a inscrit sur sa plateforme des conseils pour reconnaître plus facilement les *fake news*.

En général, il s'agit d'une certaine motivation idéologique et/ou mercantille derrière laquelle reste cachée une véritable industrie qui emploie des titres accrocheurs et des nouvelles imaginées pour faire augmenter le nombre de lecteurs et, sans doute, pour les déterminer de partager en ligne les informations trouvées. C'est une manière de multiplier exponentiellement les fausses nouvelles à cette ère de l'information, baptisée « l'ère post-vérité » ou « l'ère post-factuelle ». (voir Luc Vinogradoff, 2016)

II. Les *fake news* – stratégies discursives

Comme déjà mentionnée, l'une des finalités des fake news est représentée par l'existence des théories conspiratives, des théories d'un complot (inter)national. En plus, les *fake news* visent également à affaiblir les discours des spécialistes, des experts dans différents domaines d'activité, en préférant offrir les perspectives d'une seule voix, constante et favorable, par son discours « scientifique », aux idéologies politiques ou mercantilles envisagées (par exemple, dans l'industrie alimentaire ou chimique, des sujets sensibles pour tout le monde).

Un autre exemple actuel serait le discours politique, pour lequel faire appel aux *fake news* est devenu presque un *sine qua non* des débats politiques actuels. Les hommes et les femmes politiques utilisent fréquemment cet instrument de (dés)information pour démotiver leurs adversaires politiques, pour leur créer une image publique compromettante et, ainsi, pour obtenir les votes de la population qui semblait indécise ou qui préférait même le candidat mis en discussion. De l'autre côté, ceux qui sont soumis à ce type d'acte discursif sont censés défendre leurs actions publiques pour clarifier, même s'exonérer de toute fausse information transmise par l'opposition, ce qui, à un moment donné peut devenir un véritable obstacle pour leur carrière politique ou sociale. Cette stratégie de déstabilisation touche principalement l'affect du public-cible, car elle joue fortement sur la nécessité des gens de s'identifier à une certaine personne, à une voix politique stable avec laquelle ils puissent partager les mêmes valeurs sociales, morales, religieuses, idéologiques etc. et avec laquelle ils puissent maîtriser le (faux) sentiment d'avoir le contrôle et le pouvoir sur la vérité et, pourquoi pas, sur la communauté, la société etc.

Quant au domaine de la santé, on pourrait dire que c'est aussi un territoire de prédilection pour les *fake news*. Des thèmes tels : la controverse interminable sur la nécessité ou l'inutilité de la vaccination, les remèdes miracles contre toutes les maladies existantes au monde, les aliments qui guérissent l'obésité, des potions magiques pour maigrir rapidement, les médicaments qui annulent la dépression, les problèmes de sexualité, de même que tous les autres traitements représentent des informations massivement partagées par les réseaux sociaux. La santé constitue, sans doute, un domaine fertile pour toute sorte de rumeur, devenant pas à pas de plus en plus fausses et exagérées, avec des descriptions tout à fait choquantes parfois.

Le divertissement, à son tour, avec tous ses acteurs représentent une permanente source de *fake news*. Il y a pas mal d'informations véhiculées par les réseaux sociaux et les sites des publications et des magazines qui invitent à différentes manifestations artistiques,

BDD-A29203 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 01:17:36 UTC)

accompagnées subtilement par d'autres références à certains moments de la vie des « stars » mises en discussion. Les célébrités sont depuis toujours un certain miroir des individus qui veulent s'identifier à leur mode de vie, à leur façon de s'habiller, à leur vie toute entière, avec les événements plus ou moins agréables qu'ils traversent. Avec l'apparition des réseaux sociaux, les célébrités sont devenues elles-mêmes des émetteurs de discours, généralement subjectif, véhiculant dans l'espace médiatique des informations et des images qui les placent dans des contextes plutôt favorables pour leurs carrières, qui, parfois, se trouvent dans un coin d'ombre.

Ainsi, ces figures publiques peuvent devenir même des individus appartenant à un certain stéréotypage à travers les discours qu'ils construisent, à travers les images offertes aux lecteurs. Ruth Amossy affirme : « Un individu concret est ainsi perçu et évalué en fonction du modèle préconstruit que diffuse la communauté de la catégorie dans laquelle elle le range. S'il s'agit d'une personnalité connue, il sera perçu à travers l'image publique forgée par les médias. » (Amossy, 1999 : 135) Donc, les médias jouent un rôle fondamental dans la perception d'une image publique ou des discours émis par certaines « célébrités ». En fait, il n'y a aucune validité de leurs discours, on ne peut pas (in)valider la vérité de leurs messages, le sensationnel, le mensonge etc.

En réalité, il est très difficile de trouver un juste équilibre entre la *vérité* et le *mensonge* que les fake-news véhiculent, de trouver le bon ressort pour exploiter ce mécanisme dangereux de manipulation des masses afin de les dominer à cause des résultats auxquels on arrive presque toujours : déception, désillusion, indignation et, finalement, rejet. Alors, manipuler pour mieux contrôler, c'est un desideratum qui ne semble pas se fonder sur la qualité, mais plutôt sur la quantité de l'information mise en circulation dans les communautés sociolinguistiques, une mutation principale dont le fondement est sans doute la volonté de rendre instables les idées et de miner la réputation de la figure politique envisagé. Ce sont des faits employés depuis toujours dans l'histoire, la rumeur qui devient information et le phénomène des *fake news* devient de plus en plus ample, surtout pendant les périodes instables de l'histoire politique, économique, religieuse etc.

Les deux faces des locuteurs jouent un rôle décisif dans cet ample processus de (dés)information des masses. En fait, toute communication sociale joue avec les « faces » (E. Goffman, 1974 ; P. Brown et S. Levinson, 1987) impliquées dans le processus de communication interhumaine, à savoir « la face positive » et la « face négative » des individus, l'idée centrale visant la dualité des faces des chacun, de sorte que, dans un discours en interaction, on peut observer au moins quatre faces. D'ailleurs, Dominique Maingueneau souligne que : « Tout acte d'énonciation peut constituer une menace pour une ou plusieurs faces : donner un ordre valorise la face positive du locuteur tout en dévalorisant celle de l'interlocuteur, adresser la parole à un inconnu menace la face négative du destinataire (on fait une intrusion dans son territoire) mais aussi la face positive du locuteur (qui risque d'être considéré comme sans-gêne). » (Maingueneau, 2005 : 24)

Maingueneau trace également une typologie des « paroles menaçantes » en ce qui concerne le locuteur et son destinataire, tout en prenant en compte les deux « faces » de chacun :

- « les paroles menaçantes pour la face *positive du locuteur* : avouer une faute, s'excuser …, qui sont autant d'actes humiliants ;
- les paroles menaçantes pour la face *négative du locuteur* : la promesse, par exemple, engage à faire des actes qui vont prendre du temps et de l'énergie etc. ;
- les paroles menaçantes pour la face *positive du destinataire* : la critique, l'insulte etc. ;

BDD-A29203 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 01:17:36 UTC)

- les paroles menaçantes pour la face *négative du destinataire* : questions indiscrètes, conseils non sollicités, ordres etc. » (*ibidem*)

Alors, on peut même analyser le thème des *fake news* tout en observant l'existence de plusieurs rapports entre ceux qui introduisent ce type de nouvelles dans n'importe quel espace de communication interhumaine et ceux qui en deviennent les récepteurs et les distributeurs. Car, il y a bien de situation lorsque les fake news sont distribués avec une vitesse extraordinaire, surtout à présent, quand la technologie médiatique est devenue un point de repère pour tous les gens. Une catégorie plus vulnérable serait la catégorie de personnes jeunes qui cultivent ou ont cultivé déjà une certaine dépendance des nouvelles apprises sur les sites internet consultés de leurs portables, de leurs ordinateurs, des laptops etc. Les jeunes maîtrisent très bien tous ces moyens de communication, de même que les réseaux sociaux, toujours soumis à de véritables « bombardements » d'information pour tout domaine d'activité.

III. Quelques conclusions

Il est très difficile de sélecter la vérité de la multitude de *fake news* existants sur le marché informationnel, de trouver les informations qui expriment fidèlement des réalités vérifiables, mais pas du tout impossible à réaliser. Nous apprécions que la réussite d'une telle démarche consiste dans la curiosité intellectuelle qui pousse les gens à mettre des questions, à mettre en doute une information qui semble trop sensationnelle, à cultiver pleinement la pensée critique.

Par le biais de ces stratégies comportementales, on réussit souvent à démasquer les fausses nouvelles, à trouver la source originale des messages, à voir au-delà des contenus informationnels prêts à être servis au large public. Problématiser les questions, essayer de traces des parallèles entre plusieurs nouvelles du même domaine, observer la qualité et la respectabilité de la / des personne(s), en tant que voix autoritaire dans le domaine envisagé, ce sont seulement quelques petits pas qui puissent nous aider à éviter de nous laisser plongés dans un piège qui change notre correcte perception de la réalité immédiate.

Bibliographie

AMOSSY, Ruth, (1999), « L'ethos au carrefour des disciplines : rhétorique, pragmatique, sociologie des champs », en *Images du soi dans le discours. La construction de l'ethos*, (sous la direction de Ruth Amossy), Lausanne, Delachaux et Niestlé.

BOURDIN, Philippe, Le BRAS, Stéphane, (2018), *Les fausses nouvelles, un millénaire de bruits et de rumeurs dans l'espace public français*, Presses universitaires Blaise Pascal.

BRONCKART, Jean-Paul, (1996), *Activité langagière, textes et discours. Pour un interactionisme socio-discursif*, Lausanne, Delachaux et Niestlé.

LABOV, William, WALETZKY, Joshua, (1967), *Narative analysis: oral versions of personal experiences,* in J. Helm (ed.), *Essays on the verbal and visual arts*, Seattle, University of Washington Press.

MAINGUENEAU, Dominique, (2005), *Analyser les textes de communication*, Paris, Armand Colin.

VINOGRADOFF, Luc, (2016), « Les médias dans l'ère « de la politique post-vérité » sur la plateforme *Le Monde*, le 12 juillet 2016.

BDD-A29203 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 18.97.9.169 (2026-09-09 01:17:36 UTC)