CCE – 003M
C.P. – Avenir
des médias
d'information

L'État doit soutenir les médias afin d'éviter l'invasion des fake news *(infausses) dans la population québécoise*

Mémoire présenté par Mathieu-Robert Sauvé à la Commission de la culture et de l'éducation du Québec dans le cadre du mandat d'initiative portant sur l'avenir des médias d'information.

10 mai 2019

Résumé :

RÉSUMÉ DU MÉMOIRE

- Journaliste, auteur et chercheur en communications, Mathieu-Robert Sauvé présente les résultats de sa consultation sur la menace que représentent les *fake news* dans la population québécoise.

- L'auteur a réalisé une étude, encore inédite, sur la perception des journalistes (reporters et éditeurs-rédacteurs en chef) de ce phénomène.

- Selon eux, les médias traditionnels et la barrière de la langue sont encore de bons remparts contre l'invasion des *fake news* mais la crise actuelle pourrait rendre la population vulnérable si on laisse jouer les lois du marché. Si les médias locaux et régionaux continuent de disparaître, les sources fiables d'information seront moins nombreuses et la population sera mal informée.

- Les journalistes du Québec sont actuellement peu enclins à soutenir l'adoption de lois anti-*fake news* comme la République française vient de le faire. Mais ils s'inquiètent du même souffle de la disparition des salles de presse. Ils estiment que l'État doit intervenir pour financer les médias. En agissant ainsi, il protège la population contre la désinformation. Mais ils soulignent que l'indépendance éditoriale doit être assurée.

- Voici la recommandation de ce mémoire :

  Que l'État québécois prévoie un financement d'urgence pour assurer la survie des médias embauchant des journalistes et dotés de règles déontologiques assurant la véracité des nouvelles publiées. L'aide doit avoir pour cible principale les médias locaux et régionaux mais doit aussi viser les médias nationaux.

- L'auteur est disposé à répondre aux questions de la Commission.

PLAN

1. Contexte
2. Composition de la Commission de la culture et de l’éducation
3. Présentation de l’auteur
4. Préambule
5. Quelques définitions
6. Résumé des résultats de la recherche
7. Recommandation
8. Annexe

CONTEXTE

Le 25 mars 2019, les membres de la Commission de la culture et de l'éducation du Québec ont adopté à l'unanimité un mandat d'initiative portant sur l'avenir des médias d'information. Dans le cadre de ce mandat, les membres de la Commission ont convenu de tenir des consultations afin de dresser un portrait des médias d'information locaux, régionaux et nationaux au Québec et, le cas échéant, d'identifier des pistes de solutions quant au « financement aux entreprises et organismes dans l'atteinte de l'équité fiscale; leur présence régionale et la valorisation du rôle local de l'information; la viabilité des modèles d'affaires à l'ère du numérique et leur indépendance », le tout afin « d'assurer le droit du public à l'information ». Dans le communiqué rendu public à cette occasion, la Commission précise qu'elle sollicite « l'opinion d'intervenants du milieu » sous forme de mémoires.

A titre de journaliste, auteur et chercheur en communications qui vient de terminer une recherche sur la perception des journalistes du Québec sur les *fake news* (*infausses* ou *infox* selon les traductions françaises proposées), j'aimerais porter à l'attention des membres de la Commission l'enjeu de la désinformation au sujet duquel ils doivent être sensibilisés dans le cadre de ce mandat d'initiative.

Ma contribution porte principalement sur le second volet du mandat tel que défini par la Commission, soit « la valorisation du rôle local de l'information » mais touche aussi au troisième, soit « la viabilité des modèles d'affaires à l'ère du numérique ».

COMPOSITION DE LA COMMISSION DE LA CULTURE ET DE L'ÉDUCATION

Le président : M. Marc Tanguay (LaFontaine) PLQ

Le vice-président : M. Mario Asselin (Vanier−Les Rivières) CAQ

Groupe parlementaire formant le gouvernement – CAQ

M. Youri Chassin (Saint-Jérôme)

M. Jean-Bernard Émond (Richelieu)

M^me^ Agnès Grondin (Argenteuil)

M. Louis Lemieux (Saint-Jean)

M. Samuel Poulin (Beauce-Sud)

M. Christopher Skeete (Sainte-Rose)

Opposition officielle – PLQ

M^me^ Jennifer Maccarone (Westmount–Saint-Louis)

M^me^ Isabelle Melançon (Verdun)

M^me^ Marwah Rizqy (Saint-Laurent)

Deuxième groupe d'opposition – QS

M^me^ Christine Labrie (Sherbrooke)

Troisième groupe d'opposition – PQ

M^me^ Véronique Hivon (Joliette)

Participent également à ce mandat :

M^me^ Catherine Dorion (Taschereau) QS

M^me^ Méganne Perry Melançon (Gaspé) PQ

PRÉSENTATION DE L'AUTEUR

Mathieu-Robert Sauvé (né en 1961) est un écrivain et un journaliste québécois. Président de l'Association des communicateurs scientifiques du Québec de 2008 à 2012, il publie dans divers périodiques tels *L'actualité*, *Le Devoir* et *Québec Science*. Il est le père de 4 fils.

Œuvres :

- *Le Québec à l'âge ingrat*, 1993 (Boréal).
- *Joseph Casavant, le facteur d'orgues romantique*, 1995 (XYZ).
- *Léo-Ernest Ouimet, l'homme aux grandes vues*, 1996 (XYZ).
- *Louis Hémon, le fou du lac*, 2000 (XYZ).
- *L'éthique et le fric*, 2000 (VLB).
- *Échecs et mâles*, 2005 (Les intouchables).
- *Le futur prêt-à-porter*, 2011 (MultiMondes).
- *Jos Montferrand, le géant des rivières*, 2007 (XYZ).
- *Dr Stanley Vollant, mon chemin innu*, 2013 (MultiMondes).
- *Survivre; la science de l'évolution en un clin d'œil*, 2015 (MultiMondes).

Source : Wikipedia

En 2017, l'auteur a entrepris une recherche de maîtrise au Département de communications de l'Université de Sherbrooke sous la direction de Marie-Ève Carignan. Actuellement en évaluation, son mémoire a été déposé le 20 mars 2019. Il porte le titre suivant : *Les* fake news *(« infausses ») dans les médias du Québec : perceptions des journalistes*

PRÉAMBULE

Popularisées durant l'élection présidentielle des États-Unis en novembre 2016, les *fake news* (« infox » ou « infausses » selon les néologismes en langue française) se sont multipliées universellement au point de contaminer la circulation des informations factuelles. Notre étude, entamée à l'été 2018 et rédigée durant l'année 2019, présente une analyse des résultats d'un sondage mené auprès des journalistes professionnels du Québec et de six entretiens semi-dirigés avec des rédacteurs en chef et directeurs de l'information de médias québécois.

Les journalistes y affirment être préoccupés par le phénomène des *fake news* et croient qu'il est nécessaire de mieux protéger la population contre la désinformation, notamment en mettant l'accent sur l'éducation aux médias dès l'école primaire. Ils estiment que les médias traditionnels constituent de bons remparts contre l'invasion des *fake news*. Mais ils ne sont pas en faveur d'une législation, considérée comme incompatible avec le droit des citoyens à la liberté d'expression. Les rédacteurs en chef et directeurs de l'information partagent les préoccupations des répondants au sondage et s'inquiètent quant à eux de la disparition des médias d'information, un phénomène qui pourrait faciliter la propagation des fausses nouvelles.

QUELQUES DÉFINITIONS

Le premier obstacle auquel se confronte le chercheur qui s'aventure dans le domaine de la *fake news* est d'ordre sémantique. Une *fake news* est-elle une « fausse nouvelle » ? Selon l'Académie française, il faudrait employer des termes comme « bobard, boniments, contre-vérité, mensonge, ragot, tromperie, trucage ». Il faudrait dire « La prolifération des fausses nouvelles » plutôt que « la prolifération des *fake news* » [1] . L'Office québécois de la langue française déconseille explicitement le terme anglais et privilégie l'expression « fausse nouvelle » définie comme suit : « Publication qui imite la structure d'un article de presse, qui comprend à la fois des renseignements véridiques et des renseignements erronés. »

L'usage dans la francophonie n'obéit pas toujours, cependant, à ces consignes. Au Québec, l'expression anglaise en italique ou entre guillemets ne s'est pas imposée plus que son équivalent préconisé « fausse nouvelle » dans les médias écrits et électroniques. Par exemple, lorsque la présidente de la Fédération des médecins spécialistes du Québec, Diane Francoeur, accuse les médias d'avoir mal interprété un message envoyé à ses membres, le 24 février 2018, elle écrit que « les *fake news* deviennent la vérité de ceux qui nous accusent de nous être fait greffer un portefeuille à la place du cœur ». La semaine suivante, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) demande à la D[re] Francoeur des excuses pour avoir accusé les journalistes d'avoir eu recours à « la désinformation et aux fausses nouvelles ».

Du côté académique, les définitions convergent autour de la nouvelle inventée ou tronquée, mais vraisemblable. « Nous définissons la ‘'*fake news*'' comme la nouvelle qui est intentionnellement fausse – ce qui est vérifiable – et qui peut confondre les lecteurs », écrivent Allcott et Gentzhow (2017), qui ont mené un sondage auprès de 1 200 électeurs américains après que Donald Trump eût été porté au pouvoir. À leur avis, l'influence des *fake news* a été déterminante dans ces élections. Sans elles, Hilary Clinton serait possiblement actuellement présidente des États-Unis.

INFOX OU *INFAUSSE* ?

Mandatée par le ministère français de la Culture, la Commission de l'enrichissement de la langue française se penche dès 2017 sur la notion de fake news dans le cadre des travaux devant mener au projet de loi promis par le président de la République Emmanuel Macron. Pour la Commission, les termes « information fallacieuse », « information mensongère », « information trompeuse », « information truquée » peuvent convenir à plusieurs désignations d'information mensongère ou délibérément biaisée. Elle propose tout de

[1] Pour alléger le document, nous n'avons pas inséré les sources bibliographiques complètes. Celles-ci se trouvent dans le mémoire qui a servi de base au présent document. Le lecteur pourra s'y référer au besoin.

même comme traduction littérale le néologisme « infox », un terme « qui a le mérite d'être aussi bref et percutant que l'expression anglo-saxonne originelle »2.

Le néologisme formé des mots « information » et « intoxication » pourrait faire son chemin vers l'usage. Énumérant les « nouveaux mots de la culture », Develey publie une référence à ce mot dans le Figaro en octobre 2017. Elle mentionne que les membres de la Commission d'enrichissement de la langue française, réunis le 27 septembre 2017, ont adopté « la locution ''information fallacieuse'' et son synonyme ''infox''», « deux termes préférés à l'anglicisme ''fake news'' et au terme ''fallace'', mot français du XVIe siècle qui faute d'usage dans la langue actuelle, n'a pas su remporter l'approbation de l'assemblée ».

Même s'il s'agit d'un organisme reconnu et respecté, la Commission d'enrichissement de la langue française ne peut que proposer des recommandations à l'Académie française ; c'est elle qui statue sur les néologismes.

Le terme « infausse » – mot valise formé des termes « information » et « fausse » – pourrait mieux convenir aux besoins des francophones pour qui la référence à l'intox est peu courante[3]. Comme en témoigne un article du journal *Le Soir*, de Belgique, le néologisme infox est « ambigu à l'oral, raison pour laquelle certains lui préfèrent le féminin *infausse* ».

POST-VÉRITÉ

Avant que fake news ne soit désigné par le dictionnaire Collins « expression de l'année 2017 », « post-vérité » a été celle de 2016 selon le dictionnaire Oxford, pour des motifs similaires. Le néologisme fait référence à « des circonstances dans lesquelles les faits objectifs ont moins d'influence pour modeler l'opinion publique que les appels à l'émotion et aux opinions personnelles ». En langue française, le mot post-vérité a fait son entrée dans l'édition 2018 du Robert illustré qui le définit ainsi : « Ère (de la) post-vérité, dans laquelle les discours démagogiques ont plus d'influence que les faits objectifs ».

Le concept existait avant l'élection américaine de l'automne 2016, mais son usage s'est répandu de façon virale cette année-là. On l'a utilisé 20 fois plus qu'en 2015, précisent les lexicographes du Collins. Sa popularité est due aux présidentielles Américaines, mais aussi, en Grande-Bretagne, au référendum sur

---

[2] Correspondance entre l'auteur et la lexicographe Monique C. Cormier.

[3] Le mot « infausse » a été utilisé par l'auteur à quelques occasions, notamment durant la présentation du projet de mémoire au 86e congrès de l'ACFAS, à l'Université du Québec à Chicoutimi, le 6 mai 2018, et dans des conférences à l'Université de Montréal en janvier 2019. Un journaliste l'a rapporté dans un texte et le terme a été utilisé par des répondants au sondage administré pour la présente étude.

l'appartenance à l'Union européenne (le « Brexit »). La campagne référendaire aurait été particulièrement fertile en informations issues de ce courant.

La post-vérité est, en un sens, pire que la fake news, car elle se prend au sérieux. En prétendant qu'il n'y a pas de différence entre réalité et fausseté, elle parait difficilement contestable.

FAIT ALTERNATIF

Une autre expression popularisée par l'administration américaine sous Donald Trump est le « fait alternatif » (« alternative fact »). Cette fois, la naissance est datée (le 21 janvier 2017) et la maternité incontestable (Kellyanne Conway). La conseillère du président est alors appelée à commenter une déclaration de son collègue Sean Spicer au cours d'une conférence de presse à la Maison-Blanche. La veille, M. Spicer avait surévalué la foule des admirateurs venus célébrer l'investiture de Donald Trump. Le point de discorde : y avait-il plus de partisans que, huit ans plus tôt, lors de la fête en l'honneur de Barack Obama ? Selon toute vraisemblance, non. Mais Spicer prétend le contraire avec des statistiques bidon. Mme Conway lance au reporter du *NBC News*, Chuck Todd, que le porte-parole américain n'avait pas menti mais présenté des « faits alternatifs » (Bennett ; 2017). Suscitant une flambée d'enthousiasme sur les médias sociaux dans les jours, puis les semaines et les mois suivants, cette expression a connu une diffusion planétaire. Plus ou moins employée par la suite, elle est appelée à s'effacer de l'usage, car il s'agit d'une expression équivalente au mot « mensonge ».

CANULAR

Le canular consiste en une « action (ou un) propos qui a pour but d'abuser de la crédulité de quelqu'un » (*Larousse*, 2018). Synonyme de « mystification, fausse nouvelle, farce », le canular trompe délibérément une personne ou un public afin de souligner les failles d'un système. En général, l'auteur d'un canular souhaite être démasqué – ou il se livre lui-même – afin de mettre au jour ses récriminations face à la situation qu'il dénonce.

Au Québec, Roger Tétreault, alias Yvon Rocher, a cherché dans les années 1970 et 1980 à piéger les médias de cette façon. Cet ancien journaliste a fabriqué pendant 25 ans des canulars afin de souligner le manque de rigueur des reporters. Par exemple, à la suite de l'explosion de la centrale nucléaire de Tchernobyl, en 1986, on l'avait présenté au *Téléjournal* comme un expert de l'énergie atomique. Il avait aussi proposé de détourner les Grands Lacs vers les États américains les plus éprouvés par la sécheresse, une idée que plusieurs médias avaient relayée…

Dans un autre registre, le physicien Alan Sokal, professeur à l'Université de New York, a piégé les éditeurs de la revue Social Text en 1996. Inventant de toutes pièces un article postmoderne empruntant des concepts sans fondements scientifiques, il l'a fait publier puis a rendu publique son intention peu après, affirmant que ses propos tenaient du délire. Écrit avec la collaboration de son collègue Jean Bricmont, professeur à

l'Université catholique de Louvain, *Impostures intellectuelles* (1997) reprenait une à une les citations du pastiche et examinait plusieurs écrits des Jacques Lacan, Bruno Latour, Jacques Derrida, Julia Kristeva, Jean Baudrillard et Félix Guattari. Leur intention était d'« attirer l'attention sur des aspects relativement peu connus, atteignant néanmoins le niveau de l'imposture, à savoir l'abus réitéré de concepts et de termes provenant des sciences physico-mathématiques ».

De nos jours, le canular demeure un moyen courant de souligner les failles du système de révision par les pairs dans le monde de la communication scientifique.

DÉSINFORMATION

La désinformation n'est certainement pas une réalité nouvelle puisqu'elle a été un atout précieux pour les chefs de guerre de tous les temps. Cette arme pouvait faire gagner les généraux avant même de donner l'ordre de brandir l'épée. Elle consiste, par exemple, à lancer une rumeur chez les soldats adverses que notre armée est dix fois plus puissante qu'elle ne l'est en réalité, de façon à forcer la retraite de l'ennemi avant qu'il engage le combat.

Il existe toutefois des professionnels capables d'orienter les individus vers les informations dignes de foi. Les bibliothécaires, par exemple, savent localiser les sources fiables. Le phénomène des *fake news* ne peut pas être banni ou interdit, même si plusieurs pays ont légiféré en ce sens. Ce serait aller à l'encontre d'une valeur démocratique importante : la liberté d'expression. Pour ne pas se faire prendre, la responsabilité revient donc au consommateur de nouvelles lui-même. L'auteure souligne que l'International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA) a fait paraître un guide permettant au lecteur de vérifier la véracité des informations qu'il consomme.



Comment repérer des « *fakes news* », tiré de la version française du guide « *How To Spot Fake news* » (2017),créé par la Fédération internationale des associations de libraires pour permettre aux citoyens de détecter la désinformation.

PROPAGANDE, RUMEUR, CENSURE, ETC.

La source latine du mot propagande est « propagare », un terme qui signifie « ce qui doit être propagé ». Il faut remonter au 17e siècle pour assister à la création de la Congrégation pour la propagation de la foi (« *propaganda fide* » en latin). Le Vatican veut contrôler la façon dont le message de l'Église est transmis dans ses missions d'un bout à l'autre de la planète. La propagande est donc, à l'origine, une initiative positive. Il faut attendre trois siècles pour que le terme prenne une connotation négative lorsqu'au début du 20e siècle, les forces en présence durant la Première guerre mondiale réalisent que la guerre ne se gagne pas seulement sur le champ de bataille, mais aussi dans l'opinion publique. Durant la Seconde Guerre mondiale, la propagande nazie jouera un rôle déterminant auprès de la population allemande. Dès 1933, l'Allemagne crée un Ministère de l'Éducation du peuple et de la Propagande du Reich dirigé par Joseph Goebbels. Ce ministère qui comptera 2000 employés en 1939 s'emploiera notamment à présenter une lecture antisémite du conflit et à présenter une vision tronquée des victoires militaires, notamment sur le front russe.

Aujourd'hui, le terme est employé pour qualifier le message manipulé par des organisations ou des États avant d'être émis dans le public. La propagande s'applique par extension aux domaines économique et social. L'industrie de la publicité peut être mise à contribution.

La *fake news* fait-elle de la propagande ? Pour Chastenet (2017), cela ne fait aucun doute. « La propagande ne crée rien ex nihilo, mais renforce des stéréotypes, des préjugés, des rumeurs et des attitudes déjà préexistantes. En ce sens, les fake news n'inventent rien », écrit-il. Pour lui, ce type de désinformation est « aussi vieux que la démocratie athénienne ».

Rumeur, censure, satire, sarcasme, hyperbole et, évidemment, mensonge pourraient faire partie de notre lexique, mais nous préférons laisser ces concepts de côté pour ne pas allonger inutilement l'énumération. Leur définition ne fait pas l'objet de débat actuellement et le dictionnaire demeure le meilleur outil de référence. Mentionnons toutefois que les intentions derrière ces phénomènes diffèrent de celles des créateurs de fake news.

PROPOSITION DE DÉFINITION

Par la voix de son blogueur Mike Wendling, la British Broadcasting Corporation (BBC) présente la *fake news* moderne comme un concept lié aux réseaux sociaux qui s'est imposé en un temps record. Wendling relate la découverte du fondateur du réseau Buzzfeed, Craig Silverman, d'un village macédonien (Veles) abritant une forte densité de créateurs de *fake news*. On y retrouve l'origine de 140 sites « spécialisés » ayant alimenté massivement en désinformation le réseau Facebook. L'auteur y situe l'acte de naissance des *fake news* à un moment précis: le 10 juillet 2016. C'est ce jour-là que quelques jeunes de Veles qui ne connaissaient presque rien de la politique américaine ont lancé sur le site WTOE 5 News quelques « nouvelles » inspirées de l'actualité internationale, mais aucunement basées sur des faits. Leurs deux premières *fake news* s'intitulent « Pope Francis Shocks Wold, Endorses Donald Trump for President »[4] et « FBI Agent Suspected in Hillary Email Leaks Founnd Dead in Apparent Murder-Suicide »[5]. Leur intention n'était pas tant de leurrer les lecteurs que d'attirer les annonceurs sur leur site ; ce qu'ils ont réussi puisqu'ils ont reçu d'importantes dividendes du diffuseur. À la suite de ce succès, de nombreux jeunes du village les ont imités, transformant le hameau en capitale mondiale de l'information tronquée.

[4] « Le pape François consterne la planète en soutenant la candidature de Donald Trump » (notre traduction).

[5] « Mort suspecte d'un agent du FBI à l'origine de la fuite de l'affaire des courriels frauduleux d'Hillary Clinton » (notre traduction).

La définition de la *fake news* telle qu'elle est interprétée dans le cadre de notre travail doit donc tenir compte d'éléments-clés tels que le mode de diffusion de la nouvelle et ses objectifs parfois mercantiles. Sans réseaux sociaux et sans annonceurs pour en monnayer l'affluence, pas de *fake news*.

Untersinger (2018) parle d'un « concept à la définition impossible ». Mais nous ne partageons pas cet avis car la *fake news* est évoquée quotidiennement dans les médias d'information d'expression française, comme en témoigne une vérification sommaire dans le moteur de recherche Eureka[6]. En deux ans (de 2016 à 2018), les médias canadiens ont utilisé 2 513 fois le terme « *fake news* », tandis qu'on retrouve 15 255 occurrences du terme dans les médias européens.

Il y a de multiples genres de fausses informations, mais la *fake news* est irrécupérable ; les rectificatifs et erratums ne peuvent stopper son élan. La rapidité de cette diffusion, due au mode de transmission des informations des réseaux sociaux, est un des facteurs de son irrécupabilité. Enfin, si la *fake news* peut être utilisée comme une stratégie politique consistant à influencer l'opinion publique, elle peut être simplement une blague devenue virale.

Il faut préciser qu'il n'existe pas de définition consensuelle du concept actuellement dans la francophonie, ce qui donne lieu à une certaine confusion au Québec. Le 29 mars 2018, par exemple, le ministre des Finances de la province, Carlos Leitão, a dénoncé publiquement les *fake news* qui circulent au sujet du projet de Réseau express métropolitain. Deux éditorialistes de *La Presse* ont réagi dès le lendemain en écrivant qu'il n'y avait « pas de *fake news* au Québec », suscitant de nombreuses réactions sur Twitter (73 commentaires; 33 retweets; 186 « like »)[7].

Compte tenu de cette réalité, voici la définition que nous proposons et que nous utiliserons dans le cadre du présent mémoire :

Une fake news *(« infausse ») est une information inexacte, insaisissable, diffusée sans contrôle journalistique à un large public par l'intermédiaire des réseaux sociaux. Elle a pour but de tromper le public à des fins mercantiles ou idéologiques ou d'amuser.*

[6] Nous remercions Nadine Vincent pour la réalisation de cette recherche.

[7] Pour éclaircir ce point, nous avons proposé aux *Cahiers du journalisme* un article destiné à la section « débats » portant sur la définition des *fake news*. L'article a été publié dans le numéro d'hiver 2018. Voir SAUVÉ, Mathieu-Robert. « Fake news : une définition s'impose. » *Les Cahiers du journalisme - Débats*, 2018, vol. 2, n°2, p. D31-D34. L'article est reproduit en annexe.

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Pour évaluer les perceptions des journalistes à l'égard des *fake news* au Québec francophone, il faut aller à leur rencontre et les interroger de différentes manières. Notre recherche prévoit un volet quantitatif et un volet qualitatif. Cette approche méthodologique mixte, peu commune dans les recherches en communication, a pour but de donner l'aperçu le plus complet possible de la réalité.

Dans un premier temps, nous avons approché les journalistes par l'intermédiaire des associations qui les représentent, soit la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ), l'Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ) et la Fédération nationale des communications (FNC). Dans le cadre d'un sondage électronique, nous avons mesuré leur niveau de sensibilité aux *fake news* et les solutions qu'ils proposent pour en diminuer les méfaits.

À cette consultation se sont greffés, dans un deuxième temps, six entretiens semi-dirigés réalisés avec des journalistes occupant des postes décisionnels dans les médias écrits et électroniques québécois (rédacteur en chef, éditeur, chef de pupitre). Les réponses ont été transcrites par verbatim et étudiées avec une grille d'analyse qualitative. L'objectif de cette étape était de recueillir le point de vue des personnes qui sont responsables de la diffusion des nouvelles. Elles sont celles qui donnent le « go » à la publication de l'information recueillie par l'équipe de la salle de presse.

Il s'agit, à notre connaissance, de la première recherche empirique portant sur les *fake news* telles que perçues par le milieu journalistique du Québec.

UN SONDAGE ET SIX ENTRETIENS

Le sondage web de 17 questions a été administré entre le 4 août 2018 et le 25 septembre 2018 sur la plateforme SurveyMonkey. Les membres de la FPJQ, de l'AJIQ et de la FNC ont été invités à y répondre ainsi que les étudiants en journalisme de l'Université du Québec à Montréal et de l'Université de Montréal[8].

Au total, 143 personnes ont rempli le questionnaire[9]. Le profil des répondants est le suivant :

---

[8] L'infolettre de la FPJQ a invité ses membres à répondre au sondage le 6 septembre 2018, puis à nouveau le 13 et le 20 septembre. L'AJIQ a fait de même le 10 septembre puis le 24 septembre 2018. La FNC a été priée de diffuser l'information via Pierre Roger, secrétaire général et trésorier (conversations téléphoniques et courriels). Les responsables universitaires des programmes de journalisme ont été joints par courriel.

[9] Nous aurions souhaité communiquer directement par courriel avec les journalistes du Québec pour les inviter à participer au sondage, ce qui aurait pu augmenter le taux de réponses; malheureusement, les organisations ont refusé de nous donner accès à leurs listes de membres pour des raisons de confidentialité. La FPJQ, l'AJIQ et la FNC ont tout de même accepté de relayer notre invitation dans leurs diverses plateformes.

- 55% sont des hommes ; 44% des femmes[10].
- Trois sur quatre (75%) affirment avoir le journalisme comme principale occupation rétribuée.
- 19% travaillent depuis plus de 20 ans pour leur employeur actuel ; 23% depuis 10 à 19 ans et 48% depuis moins de 10 ans ; 10% sont aux études.
- 90% ont un diplôme universitaire ; de ce nombre, 31% ont complété une maîtrise.
- 29% sont âgés de moins de 35 ans et la même proportion de 35 à 44 ans ; 31% ont de 45 à 64 ans et 10% 65 ans et plus[11].

Après avoir sondé les journalistes du Québec sur leurs perceptions des *fake news*, nous avons voulu interroger les personnes qui ont la responsabilité de donner le feu vert à la publication des nouvelles ou, au contraire, d'en bloquer la diffusion en raison des incertitudes qui sont soulevées au moment de la vérification des faits (voire de publier des correctifs quand il y a eu méprise).

En effet, éditeurs, rédacteurs en chef et chefs de pupitre sont les premiers (ou derniers) gardiens de la véracité des informations diffusées par les médias du Québec. Comment font-ils pour garder leurs lecteurs à l'abri des *fake news*? Et si celles-ci se glissent dans la production, quels moyens utilisent-ils pour en limiter les effets? Quel est l'impact des réseaux sociaux dans le travail journalistique? Les *fake news* sont-elles une menace passagère de plus dans le paysage médiatique, qui finira par passer d'elle-même ou remettent-elles en question le fondement même du monde de l'information? Ces questions méritaient d'être explorées au cours d'entrevues en profondeur avec des professionnels de différents âges et genres. Nous considérions que ceux-ci avaient possiblement déjà entamé une réflexion à ce sujet.

Notre échantillon couvre un large spectre du paysage médiatique du Canada français. Tenus aux mois d'octobre et de novembre 2018, les entretiens d'une durée de 45 à 70 minutes ont été enregistrés sur bande vidéo et transcrits intégralement sur logiciel Word. Conformément à la démarche approuvée par le Comité d'éthique de la recherche de la Faculté des lettres et sciences humaines de l'Université de Sherbrooke, les personnes qui ont participé aux entretiens semi-dirigés ont signé un formulaire de consentement[12]. Afin de préserver leur anonymat, nous avons retiré leurs noms dans la présente section, mais nous avons conservé une brève description de leurs fonctions.

---

[10] Un répondant a répondu « Autres », mais n'a pas voulu préciser son sexe. Un autre a refusé de répondre.

[11] Les détails du sondage sont archivés par le chercheur et peuvent être consultés sur demande. Nous avons résumé les grandes lignes ici pour éviter d'alourdir le texte.

[12] Les formulaires de consentement originaux sont conservés sous clé au bureau du chercheur. Le lecteur trouvera en annexe un de ces formulaires, non nominatif. La transcription des verbatim, comptant 15 031 mots, et les enregistrements vidéo sont également gardés en lieu sûr. Ces documents seront détruits cinq ans après le dépôt du présent mémoire.

Six personnes – trois hommes et trois femmes cumulant 170 ans d'expérience en journalisme[13] – ont été retenues pour participer aux entretiens semi-dirigés. Trois d'entre eux ont une scolarité de deuxième cycle universitaire, un de premier cycle. Les deux autres n'ont pas obtenu de diplôme universitaire.

Répondant 1 : Journaliste, ex-éditrice et rédactrice en chef de magazine, 60 ans.

Répondant 2 : Journaliste, directeur de l'information, quotidien écrit, 35 ans.

Répondant 3 : Journaliste, cheffe de pupitre, télévision privée, 37 ans.

Répondant 4 : Journaliste, rédactrice en chef d'émission scientifique, 62 ans.

Répondant 5 : Journaliste, directeur de l'information, télévision publique, 69 ans.

Répondant 6 : Journaliste, rédacteur en chef d'un quotidien numérique, 47 ans.

FAITS SAILLANTS

Les journalistes du Québec sont majoritairement préoccupés par le phénomène des *fake news* ; 72% (104 répondants) disent l'être « beaucoup » ou « énormément ».

La majorité des répondants, soit 60% (ou 86 journalistes), ont été témoins de *fake news* publiées dans des médias québécois au cours des 12 derniers mois ; un sur quatre (26% ou 37 répondants) l'a été plus de trois fois. Mais une proportion importante de répondants (40% ou 57 personnes) n'en ont pas vu ou ne s'en souviennent pas.

Ces *fake news* étaient surtout des nouvelles politiques (59 nouvelles), relatives à la santé et à l'alimentation (36 nouvelles) ou à la science (32 nouvelles). Une nouvelle sur cinq (20%) provenait du secteur culturel et artistique et une sur dix (10%) du secteur économique. Environ 16% des répondants ne se souvenaient pas du type de *fake news* dont ils avaient été témoins.

Les journalistes jugent que les réseaux Facebook et Twitter sont les médias les plus susceptibles de diffuser des *fake news*. Par contre, selon la majorité d'entre eux, des entreprises de presse comme *Le Devoir*, *Ici Radio-Canada* (télévision), le magazine *L'actualité* et la *Première chaîne de Radio-Canada* (radio) ne sont « pas du tout susceptibles » de diffuser des *fake news*.

Les journalistes du Québec ayant répondu à notre sondage pensent qu'il faut éduquer les lecteurs pour éviter qu'ils partagent des informations inexactes dans leurs réseaux (voir figure 8). Une écrasante majorité de 97% (soit 137 personnes sur 141) répond positivement à la question « Il faut éduquer les lecteurs pour éviter qu'ils partagent des informations inexactes dans leurs réseaux ». Plus précisément, ils sont près de

[13] Calcul réalisé à partir de la date du premier reportage signé par le ou la journaliste jusqu'aujourd'hui; le plus jeune a 13 ans d'expérience, le plus âgé 42.

70% à penser que c'est une « très bonne » idée (98 répondants) ; et 28% que c'est une « bonne idée ». Moins de 3% de l'ensemble des répondants jugent ainsi que c'est une « plutôt mauvaise » ou « très mauvaise » idée.

Quatre répondants sur dix (40%) pensent que les diffuseurs comme Facebook, Google ou Twitter doivent bannir de leurs rangs les auteurs de désinformation ; une proportion semblable (39%) estime même que l'autoréglementation est une « très bonne idée ». Le quart des répondants (23%) pensent toutefois que le bannissement est une mauvaise ou très mauvaise idée.

L'État doit-il imposer des lois pour réguler les *fake news* ? L'appui à la législation est presque inversement proportionnel aux réponses obtenues à la question précédente puisque 39% des répondants pensent que c'est une mauvaise idée ; 13% qualifient même cette idée de « très mauvaise ». Le quart pensent que c'est une bonne idée et 23% une très bonne idée. Globalement, l'idée de promulguer des lois contre les *fake news*, comme l'a fait la France en 2018, reçoit donc un accueil divisé : la moitié des répondants trouve que c'est une idée « plutôt bonne » ou « très bonne » alors que l'autre moitié la qualifie de « plutôt mauvaise » ou « très mauvaise ».

Cela dit, une écrasante majorité de répondants (82%) accueille favorablement la participation des gouvernements dans le financement des médias afin de protéger le public contre les *fake news*. En permettant la survie des médias traditionnels, l'État assurerait la pérennité d'une information de qualité.

LES ÉDITEURS ÉGALEMENT PRÉOCCUPÉS

Même s'ils affirment être dans l'ensemble à l'abri de l'invasion des *fake news* dans leurs médias, les intervenants se disent majoritairement inquiets de la présence de *fake news* dans l'espace public. Menaces à la démocratie et à la liberté d'expression, péril professionnel, sape de la crédibilité, voilà certaines craintes qui émergent.

C'est inquiétant pour la démocratie. On ne peut pas prendre des décisions, comme citoyens, si on se fait bombarder par des choses qui n'ont pas de bon sens.

Cheffe de pupitre, télévision privée

Le directeur de l'information d'un quotidien signale que les *fake news* « sapent les fondements de notre travail ». Pourtant, poursuit-il, durant la décennie précédente, le « journalisme citoyen » était à la mode; n'importe qui pouvait prétendre être journaliste. L'idée était noble, mais peut-être est-elle inapplicable aujourd'hui à cause de ce phénomène. Le journalisme est une profession, expose-t-il. Celle-ci se pratique selon une méthode, à l'intérieur d'un cadre déontologique.

Un intervenant rappelle que la *fake news* est « portée par le phénomène Trump. C'est lui qui a consacré l'expression à défaut de l'avoir imaginée ». Le président américain, reconnu pour proférer de nombreux mensonges, « accuse la presse d'être contre lui et de diffuser des nouvelles qui sont fausses à son sujet. La preuve est faite que ce que la presse a véhiculé au sujet de Trump était vrai, quoi qu'il en dise » (directeur de l'information, télévision publique).

La plupart des intervenants insistent sur le fait que la qualité de l'information s'appuie sur la crédibilité des journalistes. Si cette crédibilité est mise à mal par des reportages truqués, c'est toute la profession qui risque d'en payer le prix. La vraie crainte de certains intervenants ne vient toutefois pas des *fake news* de première génération, pourrait-on dire, mais des images vidéo truquées. C'est ce qu'on appelle le « *deep fake* », terme que l'Office québécois de la langue française traduit par « hypertrucage », un néologisme adopté en 2019. Le Grand dictionnaire terminologique définit ainsi le concept : « Procédé de manipulation audiovisuelle qui recourt aux algorithmes de l'apprentissage profond pour créer des trucages ultraréalistes[14]. »

LE QUÉBEC EST MOINS AFFECTÉ QU'AILLEURS

Comme les Québécois s'informent encore massivement dans les médias traditionnels, ils se gardent à l'abri des *fake news*, du moins pour l'instant, mentionnent les experts consultés. Cela ne signifie pas que le Québec est exempt de *fake news*. « On est tous vulnérables face à ce phénomène. La planète entière est concernée », fait remarquer une ancienne éditrice de magazine généraliste. La *fake news* est-elle moins efficace dans les communautés linguistiques autres que celles de langue anglaise?

Le volume des informations en français n'est qu'une fraction de celles en anglais sur le web, ce qui diminue proportionnellement le nombre de *fake news* en circulation dans cette langue. La « barrière de la langue » n'est pas pour autant un rempart contre l'invasion des *fake news*, même si certains croient que le phénomène est atténué.

---

[14] « Le terme hypertrucage peut désigner autant le procédé que son résultat », précise la fiche terminologique de l'Office québécois de la langue française, http://www.gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26552557 Consulté le 19 mars 2019.

« La barrière de la langue n'empêche pas les mensonges de circuler. Les gens bilingues vont y être exposés autant », croit de son côté le directeur de l'information d'une télévision publique.

Pour le directeur de l'information d'un quotidien imprimé, la langue n'est pas un facteur aussi déterminant que la configuration du marché québécois en soi, peu attirant pour les chasseurs de clics. « Ce n'est pas la question de la langue qui limite les *fake news* mais les facteurs structurels de notre marché », évoque-t-il. De plus, à son avis, l'écosystème médiatique québécois est moins plombé par une presse sensationnaliste, ce qui fait qu'elle est naturellement moins perméable aux *fake news*.

Évidemment, ce journaliste ne laisse pas entendre que les États-Unis ne comptent pas d'excellents médias. Abonné à plusieurs d'entre eux – dont le *New York Times* – il croit au contraire que le journalisme américain demeure de grande qualité. Toutefois, c'est le public qui y délaisse les médias traditionnels au profit des réseaux sociaux, même pour s'informer. Cette tendance ne semble pas s'observer au Québec, où le grand public demeure enclin à s'informer aux grands médias traditionnels. Ils utilisent les réseaux sociaux, mais pour d'autres raisons.

LES MÉDIAS TRADITIONNELS CONSTITUENT DE BONS REMPARTS CONTRE L'INVASION DES *FAKE NEWS*.

Le vrai protecteur public serait-il le journalisme tel que pratiqué dans les salles de presse traditionnelles? La totalité des experts interviewés dans le cadre de cette recherche estime que les médias traditionnels (télévision, radio, presse écrite) constituent de bons remparts contre l'invasion des *fake news*. On mentionne que les salles de presse regroupent des professionnels formés à l'exactitude des faits et régis par des codes de déontologie ou des règles d'éthique explicites; plusieurs médias traditionnels ont même renforcé leurs efforts de vérification. Par exemple Jeff Yates a été engagé à *Radio-Canada* pour vérifier les faits. « Il fait un excellent travail », mentionne une répondante.

« Les médias traditionnels, oui, sont des bons remparts parce que l'information qui y est véhiculée est fiable », lance une cheffe de pupitre d'un réseau de télévision privé. Elle mentionne que les cotes d'écoute des réseaux traditionnels – *TVA, Radio-Canada*, etc. – sont encore excellentes. Elle ajoute que, parfois, ce sont les usagers eux-mêmes qui soulignent les inexactitudes sur les réseaux sociaux. Ils proposent des liens vers les médias traditionnels.

Pourquoi faire confiance aux médias traditionnels? Parce qu'ils ont comme mission d'informer adéquatement la population, et qu'ils s'appuient sur une rigueur et une déontologie éprouvées. Ils constituent un « rempart essentiel », selon le directeur de l'information d'un réseau de télévision publique. Surtout à cause de la « pratique du journalisme selon les normes reconnues en démocratie ». Les principes sont simples, bien connus de tous : ne rien publier sans avoir la certitude qu'il s'agit de faits avérés; dans le doute retourner à la source; contre-vérifier… La qualité de l'information finira par être reconnue par les lecteurs qui, à son avis, seront de plus en plus disposés à payer pour accéder à des informations de qualité.

Cela dit, les meilleures équipes de journalistes professionnels ne sont pas à l'abri des erreurs. Quand elles surviennent, quelle est la meilleure attitude à adopter? « Si c'est mineur, on l'indique sur le web. Quand l'erreur est grosse, et qu'elle se rend jusqu'à l'ombudsman, on apporte un correctif. C'est une règle interne », répond la rédactrice en chef d'une émission scientifique.

Pour l'ex-rédactrice en chef d'une revue généraliste imprimée, c'est la même chose. Il faut indiquer aussitôt que possible la méprise. On veut tendre vers le 100% de véracité, « mais on ne l'atteindra pas. Même en magazine, des erreurs, ça arrive. Il n'y a alors qu'une seule solution : s'excuser. Rapidement », dit-elle.

PAS DE LOIS, MAIS DES RÈGLES

Si le milieu journalistique québécois s'entend assez bien sur les effets néfastes des *fake news* dans l'opinion publique et dans l'exercice de la démocratie, il parle d'une même voix contre les menaces à la liberté d'expression. À la question « Des pays ont mis en place des lois interdisant la diffusion de fausses nouvelles. Croyez-vous que c'est une bonne solution ? », il y a unanimité : c'est non. Nous trouvons chez les rédacteurs en chef une position « anti-lois » qui va beaucoup plus loin que ce que nous avions observé dans le cadre de notre sondage. La consultation des journalistes avait révélé un appui mitigé à la législation mais une proportion significative de répondants (23%) ont trouvé « très bonne » l'idée que les États légifèrent pour réguler les *fake news*.

« Je m'inquiète d'une éventuelle loi, car il faudra définir les informations à proscrire », dit une rédactrice en chef, résumant assez bien les propos des personnes interviewées dans cette recherche. « Une loi, ça m'embête parce que les auteurs seront difficiles à identifier. Comment garder un regard sur les gens derrière leur ordinateur? », se demande une cheffe de pupitre d'une salle de nouvelle de télévision.

Les entretiens se tiennent peu de temps avant que l'Assemblée nationale de la République française adopte la « loi contre la manipulation de l'information », le 20 novembre 2018. Ce projet de législation n'a pas échappé à nos experts durant les semaines précédant son adoption, alors que les débats sur sa pertinence se sont multipliés. « Je pense qu'il est encore tôt pour dire si la loi française marchera. Est-ce qu'elle fonctionnerait dans un contexte canadien? J'en doute », dit un directeur de l'information d'un quotidien imprimé.

Un autre problème est la gestion législative des pastiches et des sites satiriques. Si on interdit les fake news par une loi, est-ce que les exagérations de bonne foi ou les blagues d'un goût douteux deviennent la cible des juges?

Même les sites à contenu religieux deviennent potentiellement ciblés par une loi. Comment évoquer les miracles de la bible ou les entités liées aux croyances comme les anges ou les démons? Un juge pourrait interdire ces créations de l'imaginaire qui pourraient être considérées comme des *fake news* ou des exemples de pseudosciences. En tout cas, elles risquent de ne pas passer l'étape de la contre-vérification!

Le milieu professionnel s'attend à des mesures d'autorégulation internes de la part des grandes entreprises de communication. Un expert signale une iniquité manifeste : alors que les médias d'information conventionnels sont soumis à de multiples lois et réglementations déontologiques, les réseaux sociaux demeurent inattaquables sous prétexte qu'ils ne sont que des diffuseurs… « On répond aux lois sur la presse; aux lois sur la diffamation, etc… alors que Facebook, Twitter et d'autres se sont toujours positionnés comme des plateformes de diffusion », déplore-t-il.

L'autoréglementation peut avoir des effets positifs. La preuve en est que les élections de mi-mandat, aux États-Unis, en novembre 2018, n'ont pas été marquées par une pléthore de *fake news*. « Pas de rumeurs d'intrusion russe dans les rouages. Facebook a fait le ménage des publicités russes; Twitter et Google aussi (…); ils ont une image à protéger, car ils sont cotés en bourse », affirme le rédacteur en chef d'un quotidien électronique.

Le rejet des solutions législatives ne signifie pas qu'on souhaite le statu quo. Le discours des personnes interviewées dans le cadre de cette recherche exprime une préoccupation face aux entraves possibles à la liberté de la presse. Elles craignent un nouveau type de censure ou d'autocensure qui aurait des effets sur les pratiques professionnelles.

L'ÉTAT DOIT FINANCER LES MÉDIAS

Les rédacteurs en chef et directeurs de l'information interrogés déplorent d'une même voix la crise qui frappe les médias depuis que les grands conglomérats américains leur ont ravi la plus grande partie de leurs revenus publicitaires. Cette crise semble avoir un lien avec la multiplication des *fake news* qui foisonnent sur les réseaux sociaux. En renonçant aux médias traditionnels, les lecteurs s'informent de plus en plus sur des plateformes de diffusion qui ne sont pas conçus comme des médias d'information; les vraies nouvelles sont noyées dans un flux de « statuts » de différentes natures. Si les médias traditionnels disparaissaient, la proportion de nouvelles fiables diminuerait de façon inquiétante. Une des solutions proposées par le milieu journalistique est un appel aux gouvernements pour qu'ils financent directement les médias d'information, par des subventions et des crédits d'impôt.

« Il reste très peu de journaux imprimés. Ils réclament même l'intervention du gouvernement. Dans les réunions de journalistes des années 1970, une telle idée aurait été irrecevable », dit un directeur de l'information à la télévision publique. Dans les faits toutefois, souligne-t-il, le gouvernement fédéral accordait déjà des avantages fiscaux aux entreprises de presse. Ces avantages prenaient la forme de tarifs postaux diminués afin de permettre la distribution des éditions sur tout le territoire canadien à des coûts acceptables. Dans les régions éloignées, cela permettait aux abonnés d'avoir accès aux journaux. Une aide de l'État aux médias ne serait donc pas sans précédent.

Mais il faut éviter de donner un statut spécial aux journalistes, comme on le voit en France, souligne ce directeur de l'information. Les journalistes professionnels jouissent dans ce pays de différents avantages (gratuité dans les musées, abattements fiscaux, réduction à l'achat de divers produits comme les autos, les

appareils informatiques, etc.) qui entachent leur crédibilité. « C'est à se demander s'ils peuvent couvrir convenablement les affaires de l'État. En tout cas ils ne seront pas neutres », lance-t-il. Rappelons que la question de la création d'un ordre professionnel de journalistes suscite un débat enflammé dans le milieu depuis plusieurs années au Québec.

Cela dit, à ses yeux, il y a des moyens faciles de garder un gouvernement bailleur de fonds à distance de la salle de rédaction. Il y a de multiples manières de soutenir les médias d'information tout en respectant leur indépendance. D'ailleurs, au Canada, différents ministères financent déjà certaines pratiques culturelles sans que la question de l'indépendance des artistes ou leur liberté d'expression ne soulève de problèmes.

Prenons par exemple le documentaire, une forme d'information, un outil essentiel pour appréhender la réalité quotidienne, internationale, etc. L'État finance la production de documentaires par l'intermédiaire du Fonds canadien des médias. On peut se demander si une telle structure ne serait pas possible pour la presse écrite? Un fonds comme celui-là pourrait servir à des reportages de fond ou des enquêtes journalistiques. Ce qui est bon pour le documentaire pourrait être bon pour le journalisme.

Directeur de l'information, télévision publique

Une aide financière provenant des contribuables est donc bien accueillie par l'ensemble des personnes interviewées. Et il y a des moyens d'assurer l'indépendance des salles de presse.

Il y a différents moyens gouvernementaux pour permettre de soutenir les médias. Ça permet de rester compétitif face à la concurrence, à l'environnement culturel. Il y a des façons de financer sans interférer dans la rédaction. Il y a eu des budgets spéciaux, en Ontario, pour permettre aux magazines de numériser leur contenu.

Ex-éditrice et rédactrice en chef de magazine imprimé

Pendant des années, les magazines produits au Canada ont bénéficié d'un fonds géré par Patrimoine Canada visant à assurer un minimum de « contenu canadien » tant pour les auteurs d'articles que pour les photographes. On veillait à ce que les éditeurs et rédacteurs en chef embauchent du personnel canadien, demeurant ainsi à distance des grandes agences d'images ou de textes américaines. Une subvention totalisant plus d'un million de dollars par année pouvait ainsi être versée au magazine.

C'était très bien; aucune interférence sur le plan éditorial. Tout ce qu'on se faisait dire, c'était : « mettez du contenu canadien ». Surtout qu'on est aux portes du grand empire américain (…) Si nous voulons protéger notre culture et notre identité, on doit exiger qu'une proportion significative des articles soient écrits par des journalistes canadiens et que les photos soient prises par des photographes canadiens.

Ex-éditrice et rédactrice en chef de magazine imprimé

Enfin, la question de l'aide gouvernementale aux médias pourrait même être perçue comme un devoir, selon le directeur de l'information de la télévision publique. Dans certaines régions éloignées, l'accès au réseau internet n'est même pas assuré. « Au nom de la démocratie, de la libre circulation des idées, l'État a ce devoir-là d'offrir l'accès au web à tous les citoyens », estime-t-il. Dans certains cas, des jeunes doivent renoncer au branchement Internet à cause du coût et se voient ainsi privés d'accès à l'information. « Dans

certains villages, il en coute plus cher de s'informer que de se chauffer », affirme-t-il. Avant de penser à combler les déficits des journaux en crise, l'État devrait régler ce problème d'accès aux sources d'information. C'est un mandat aussi essentiel que d'assurer la radiodiffusion et la télédiffusion publique d'un océan à l'autre.

Cela dit, le responsable de l'information estime que la société d'État devrait venir en aide aux médias régionaux qui sont sur le point de s'éteindre, faute de revenus publicitaires. Il propose aussi que la société d'État aide les entreprises régionales de production à diffuser leur contenu via le réseau du diffuseur public. Une salle de rédaction régionale pourrait transmettre son contenu via un réseau de presse, radio et télé, fourni par la société d'État.

SONDAGE ET ENTRETIENS : CONVERGENCE

En rétrospective, que disent les répondants au sondage et les experts qui se sont exprimés dans le cadre des entretiens? Il y a convergence sur la plupart des points. Les journalistes et leurs rédacteurs en chef s'inquiètent de la présence de *fake news* dans l'espace public. Mais ils s'entendent pour dire que cette présence est atténuée dans la société québécoise, actuellement, en raison de la barrière de la langue – on trouve moins de *fake news* en français qu'en anglais – mais surtout parce que les Québécois, pour s'informer, demeurent attachés à leurs médias traditionnels (radio, télé, presse écrite) où les *fake news* ont une très faible pénétration. Si près d'un journaliste sur deux voit positivement la possibilité de légiférer contre les *fake news*, c'est une fin de non-recevoir que donnent à cette idée les rédacteurs en chefs. C'est la seule divergence manifeste entre les deux groupes. Sinon, la grande majorité des répondants (sondage comme entretiens) accueille favorablement la proposition d'une aide de l'État aux organes de presse. Enfin, il y a convergence autour du constat que les citoyens doivent être mieux outillés pour trouver de bonnes sources d'information. De l'avis général, l'éducation, c'est la clé.

JEUNES ET MÉDIAS D'INFORMATION : LA CLEF DU FUTUR

Comme l'ont noté plusieurs personnes dans le cadre de notre étude, la *fake news* ne sera pas un enjeu majeur dans l'écosystème québécois tant que les médias d'ici continueront de produire des informations de qualité et tant que le public du Québec demeurera fidèle à ses médias « traditionnels ».

Toutefois, si un jour les principales salles de rédaction sont fermées (ce qui n'est malheureusement pas impensable, compte tenu de la chute des revenus que subissent les entreprises de presse d'ici), les plateformes de diffusion comme Facebook et Twitter n'auront d'autre choix que de permettre la transmission de nouvelles provenant de sources qui n'ont pas de règles déontologiques précises en matière de véracité des informations. La dure réalité du marché frappe déjà de façon marquée le secteur régional comme le souligne la journaliste Marie-Ève Martel dans son essai intitulé *Extinction de voix* (Somme toute, 2018).

Quand on regarde les habitudes de consommation des jeunes, la question devient plus insidieuse. Si la tendance se maintient, ceux-ci sont de moins en moins nombreux à regarder le bulletin télévisé du soir pour s'informer, comme en témoigne une étude[15] du Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations (CEFRIO). Cette préoccupation a été évoquée plusieurs fois par les répondants.

Une « journée type des jeunes sur Internet », en semaine, compte au moins une heure de visionnement en ligne pour une moitié de Québécois âgés de 12 à 25 ans. Plus des trois quarts des jeunes consultent les réseaux sociaux (76%) ; sept sur 10 regardent des vidéos (71%) et un peu moins écoutent de la musique (63%) ou échangent sur Messenger (61%). Il n'y a qu'une faible minorité (29%) qui consultent « des sites de nouvelles/d'actualité ». Ce choix de réponse arrive au 13e rang sur 14 dans le questionnaire administré en 2017 auprès de plus de 1000 répondants.

Quand on isole la variable « âge », c'est pire. Les 12-15 ans ne sont que 9% à consulter régulièrement des sites de nouvelles ; 23% chez les 16 à 18 ans. En somme, devant la multiplication des choix durant leurs loisirs, les jeunes font tout sauf s'informer à l'exception de « Lire des forums sur des thèmes qui les intéressent ».

Si les jeunes délaissent graduellement les médias traditionnels, comment ceux-ci survivront-ils ? Poser la question, c'est y répondre… Et s'ils disparaissent, comment assurer un contenu de qualité pour les années à venir ?

En annonçant une commission parlementaire sur l'avenir des médias le 30 novembre 2018, la ministre de la Culture et des Communications du Québec, Nathalie Roy, elle-même ancienne journaliste, a rappelé que les médias d'information traversaient une crise très sérieuse. « On est passé de 200 journaux à 143 en huit ans », a dit la ministre[16]. Un document du ministère révèle que les revenus des éditeurs de journaux ont connu une baisse de 38 % entre 2008 et 2016. La ministre a justifié sa décision en citant l'article 44 de la Charte québécoise des droits et libertés assurant aux Québécois un droit des citoyens à l'information, un droit « essentiel à la démocratie ».

Quelles seront les sources d'information des prochaines générations ? Il ressort de nos entretiens deux possibilités. Le scénario optimiste prévoit que les consommateurs de nouvelles de demain sauront consulter des médias dignes de foi, dont le contenu sera assuré par des équipes dotées d'une éthique de travail

---

[15]Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations (CEFRIO), « Quel usage du Web faisaient les jeunes québécois de 12 à 25 ans en 2017? », 5 décembre 2017. Repéré à https://cefrio.qc.ca/fr/realisations-et-publications/visionnement-connecte-par-les-jeunes-au-quebec/

[16] Montpetit, Caroline. « Crise des médias: la ministre de la Culture annonce une commission parlementaire. » *Le Devoir*. Édition du 1er décembre 2018. Repéré à https://www.ledevoir.com/culture/medias/542642/crise-des-medias-la-ministre-de-la-culture-annonce-une-commission-parlementaire

rigoureuse basée sur la véracité et la vérification des faits. Selon cette anticipation, la lecture des médias traditionnels continuera de croître, ce qui forcera les institutions publiques à leur accorder des allégements fiscaux qui garantiront leur survie. Peut-être même que de nouvelles formes de financement apparaîtront. Ou qu'une hausse de la facturation à la pièce ou un retour des revenus publicitaires feront le nécessaire pour combler les déficits appréhendés.

Selon le scénario pessimiste, après avoir enterré les médias traditionnels, les jeunes lecteurs continueront de s'alimenter en informations plus ou moins crédibles sur les réseaux sociaux. Ce qui aura pour effet de favoriser la contamination de leurs sources par les *fake news*, la *fake science* et autres désinformation, contribuant au cynisme ambiant. Ils éliront des représentants sur la base d'informations parcellaires, trompeuses ou inexactes.

Des études sur les tendances du lectorat et de son rapport avec les *fake news* sont souhaitables pour préciser de quel côté s'orienteront les médias du Québec et leurs publics. Ce sont les jeunes lecteurs d'aujourd'hui qui détiennent la clé de cette évolution.

En ce qui concerne la présente recherche, nous avons cherché à documenter la position du milieu journalistique face au phénomène des *fake news*. Notre hypothèse était que les journalistes du Québec étaient inquiets de la situation mais qu'ils ne s'entendaient pas sur une stratégie à mettre en place pour protéger le droit du public à une information de qualité. Cette hypothèse s'est avérée. Si un consensus s'exprime autour de l'importance d'élargir l'éducation aux médias – il importe de former les citoyens sur les bonnes façons de s'informer – la question des lois divise le milieu professionnel.

RECOMMANDATION

Que l'État québécois prévoie un financement d'urgence pour assurer la survie des médias embauchant des journalistes et dotés de règles déontologiques assurant la véracité des nouvelles publiées. L'aide doit avoir pour cible principale les médias locaux et régionaux mais doit aussi viser les médias nationaux.

ANNEXE

POINT DE VUE

Fake news : une définition s'impose

Depuis les élections américaines de 2016, les fake news *font constamment les nouvelles… mais personne ne s'entend sur leur définition. Pourtant, il est aujourd'hui essentiel de mieux caractériser cette « contamination de l'espace public » qui menacerait la démocratie. Par* **Mathieu-Robert Sauvé**



« *Il y a beaucoup de* fake news *qui circulent à gauche et à droite* », déplore le 28 mars 2018 le ministre des Finances du Québec, Carlos Leitão, lors d'une allocution à Montréal. Il s'en prend aux détracteurs du projet de Réseau express métropolitain qu'il estime mal informés. « *La vraie information est très loin, à l'opposé de ce qui circule* », affirme-t-il devant la Presse canadienne qui rapporte ses propos dans plusieurs médias.

Dans les heures qui suivent, deux éditorialistes de *La Presse*, François Cardinal et Paul Journet, réagissent à l'intervention du ministre, non sur le fond mais sur la forme. « *Il n'y a pas de* fake news *au Québec* », affirme le premier sur Twitter le 29 mars 2018, ajoutant qu'il est « *malheureux d'utiliser l'expression pour discréditer les médias* ». Le second met le ministre en demeure de cesser d'utiliser le terme. « *En politique québécoise, il peut y avoir des erreurs factuelles ou des opinions malhonnêtes. Mais il n'y a pas d'industrie de* fake news », insiste-t-il.

« *Je suis désolé M. Cardinal, mais il y a bel et bien des* fake news *au Québec. Pas mal même* », peut-on lire sur Twitter. C'est Jeff Yates qui s'exprime ainsi. Depuis qu'il s'est spécialisé en « *démystification de fausses nouvelles virales* », ce diplômé de premier cycle en journalisme de l'Université Concordia est devenu un des rares employés à temps plein dont la mission est de traquer la désinformation. Il est à l'emploi de la société Radio-Canada.

Les *fake news* sont-elles, comme le laisse entendre Journet dans son éditorial, issues de « *sites bidons qui hameçonnent les crédules avec des mensonges et des complots* » ? Il y a certainement ici une partie de la réponse mais une partie seulement. Les *fake news* ne sont pas l'apanage des faussaires ; soupçonnés d'avoir fait dérailler la campagne électorale américaine de 2016 et d'avoir provoqué le Brexit, elles peuvent être une arme idéologique très puissante.

Et l'Assemblée nationale française a voté le 4 juillet 2018 une loi anti-*fake news*. Il s'agit, plus précisément, d'interdire « *toute allégation ou imputation d'un fait dépourvue d'éléments vérifiables de nature à la rendre vraisemblable*[1] ». La loi s'appliquera en période électorale et pré-électorale, sous peine de sanction.

[1] « *Toute allégation ou imputation d'un fait dépourvue d'éléments vérifiables de nature à la rendre vraisemblable constituera désormais une "fausse information".* »

Pourtant, l'article 27 de la loi de juillet 1881 interdit déjà « *la publication, la diffusion ou la reproduction* [...] *de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongèrement attribuées lorsque, faites de mauvaise foi, elles auront troublé la paix publique, ou auront été susceptibles de la troubler* ». L'amende peut atteindre 45 000 euros.

Mais que veut interdire précisément le gouvernement français en 2018 ? « *L'actualité électorale récente a démontré l'existence de campagnes massives de diffusion de fausses informations destinées à modifier le cours normal du processus électoral par l'intermédiaire des services de communication en ligne* », dit l'énoncé de la politique.

À l'évidence, le sens de l'expression fake news *ne fait pas consensus. Et le dictionnaire n'est d'aucune utilité pour l'instant.*

Dans les faits, cette nouvelle disposition règlementaire changera peu de choses en temps normal mais en période électorale et pré-électorale (trois mois avant le déclenchement des élections), elle permettra à une autorité gouvernementale (le Conseil supérieur de l'audiovisuel, ou CSA) de bloquer une nouvelle. « *C'est donc la Justice qui tranchera quelle information est, ou non, une fake news, et quelle information nuit "aux intérêts fondamentaux de la Nation" ou "déstabilise les institutions"* », note Salomé Vincendon dans *L'Express* du 6 juillet 2018. « *Le juge aura le pouvoir de "faire cesser la diffusion de fausses informations", mais devra prendre sa décision "en urgence (48h)".* » Le CSA pourrait intervenir sur des *fake news* provenant de l'étranger en bloquant le diffuseur.

Il est intéressant de noter que le terme *fake news* est inexistant dans la loi 799 adoptée en juillet dernier. Pourtant, il est utilisé 55 fois dans le texte qui a servi à sa rédaction : *Les manipulations de l'information : un défi pour nos démocraties*[2]. On peut y lire l'extrait suivant : « Fake news *est l'expression la plus communément employée, y compris en français, où elle est parfois traduite par "fausses informations" alors qu'il faudrait plutôt parler d'informations falsifiées, contrefaites ou forgées.* »

Nouveau vin ou nouvelle bouteille ?

Plusieurs observateurs[3] estiment que les *fake news* ne sont qu'un nouveau vin dans une vieille bouteille. Il est vrai que la tromperie a toujours fait partie de l'arsenal des belligérants. Mais abaisser les *fake news* au statut de simple « fausses nouvelles », c'est ignorer le caractère sans précédent des réseaux sociaux capables de contaminer l'espace public de façon continue et massive. En diffusant quotidiennement des millions de mensonges, y compris depuis les plus hauts niveaux des autorités politiques, les *fake news* affectent sérieusement l'exercice de la démocratie. Pour paraphraser René Lévesque, être informé n'est pas suffisant pour être libre; il faut être bien informé.

À l'évidence, le sens de l'expression *fake news* ne fait pas consensus. Et le dictionnaire n'est d'aucune utilité pour l'instant. Aucune entrée dans le *Larousse illustré* de 2018. Rien dans le *Robert 2018*. Ni dans *Termium*, la banque de données terminologiques et linguistiques du gouvernement du Canada. Comme si le terme était encore trop nouveau pour être acceptable. Ou qu'aucun vocable ne s'était imposé en langue française.

L'Académie française reconnaît en ces termes le problème dans la section « Dire, ne pas dire » de son site web : « *Depuis plusieurs mois l'expression* fake news *s'est largement répandue en France. Celle-ci nous vient des États-Unis et nombre de commentateurs et de journalistes semblent avoir des difficultés pour lui trouver un équivalent français. Pourtant, ne serait-il pas possible d'user de termes comme bobard, boniments, contre-vérité, mensonge, ragot, tromperie, trucage ?* » Il faut dire « la prolifération des fausses nouvelles » plutôt que « la prolifération des *fake news* ».

[2] J.-B. Jeangène Vilmer, A. Escorcia, M. Guillaume, J. Herrera, *Les Manipulations de l'information : un défi pour nos démocraties*. Rapport du Centre d'analyse, de prévision et de stratégie du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et de l'Institut de recherche stratégique de l'École militaire (IRSEM) du ministère des Armées, Paris, 2018.

[3] Dont l'éditeur de cette revue.

De son côté, l'Office québécois de la langue française (OQLF) déconseille explicitement le terme anglais et privilégie l'expression « fausse nouvelle » définie comme suit : « *Publication qui imite la structure d'un article de presse, qui comprend à la fois des renseignements véridiques et des renseignements erronés.* » Dans le *Grand dictionnaire terminologique*, l'OQLF précise : « *L'emprunt intégral* fake news *est déconseillé parce qu'il a été emprunté à l'anglais depuis peu de temps et qu'il ne s'intègre pas au système linguistique du français. De plus, son emploi est caractérisé par une certaine réticence linguistique, notamment à l'écrit, où il est souvent marqué typographiquement, que ce soit par l'utilisation des guillemets ou de l'italique. En outre, le terme français "fausse nouvelle" est employé depuis de nombreuses années pour désigner un concept plus général ; l'extension de sens est naturelle, dans ce cas-ci.* »

L'usage dans la francophonie n'obéit pas toujours, cependant, à ces consignes. Au Québec, l'expression anglaise s'impose plus que sa traduction dans les médias écrits et électroniques. Par exemple, lorsque la présidente de la Fédération des médecins spécialistes du Québec, Diane Francoeur, accuse les médias d'avoir mal interprété un message envoyé à ses membres, le 24 février 2018, elle écrit que « *les* fake news *deviennent la vérité de ceux qui nous accusent de nous être fait greffer un portefeuille à la place du cœur* ».

La « viralité » d'une fake news serait impossible au moyen des presses rotatives.

Le journal français *Le Monde* a choisi son camp et emploie *fake news*. « *On les traduit souvent à tort par "fausses informations" ou "faux articles", ratant* [le fait] *que la* fake news *n'est pas seulement erronée : elle est volontairement trompeuse. C'est un faux, une imitation, une contrefaçon.* » Cette nouvelle « *emprunte à la presse traditionnelle ses codes et sa présentation, pour se maquiller comme un exercice journalistique* ». L'Agence France-Presse semble abonder dans ce sens : « *L'expression anglaise* fake news *fleurit depuis quelques mois dans les médias, sans véritable traduction en français, pour désigner une information délibérément fausse circulant généralement sur Internet.* »

Le réputé *Collins* en a fait son « *word of the year* » en 2017. La définition qu'on peut lire dans ce dictionnaire (« *False, often sensational, information disseminated under the guise of news reporting* ») peut-elle être traduite littéralement ? Cela donnerait : « *Information fausse, souvent sensationnelle, diffusée sous l'apparence de reportage.* »

Intéressant... mais incomplet. Cette définition fait fi du volet irrécupérable de la fausse nouvelle. De plus, une définition doit mentionner que les *fake news* se répandent à une vitesse extrêmement rapide à cause de leur moyen de diffusion, les réseaux sociaux. La « viralité » d'une *fake news* serait impossible au moyen des presses rotatives, car les médias d'information imprimés traditionnels vérifient les informations qu'ils diffusent. En cas d'erreur, ils publient des rectificatifs.

La loi française précise d'entrée de jeu dans ses motifs qu'elle s'attaquera aux « *services de communication en ligne* » et non aux médias traditionnels : « *L'actualité électorale récente a démontré l'existence de campagnes massives de diffusion de fausses informations destinées à modifier le cours normal du processus électoral par l'intermédiaire des services de communication en ligne.* » Autre lacune de cette courte définition : les *fake news* peuvent être lancées par un seul individu de bonne foi sans aucune prétention journalistique. Le *New York Times* rapporte le cas de ce Texan, Eric Tucker, qui a tweeté la photo d'une file d'autobus remplis de « *manifestants anti-Trump* » dans la ville d'Austin.

Ce tweet laissait entendre que les Démocrates avaient engagé de faux manifestants. Avant que Tucker prenne conscience de son erreur et qu'il retire son message (les autobus transportaient des congressistes d'une entreprise d'informatique), les images avaient fait le tour des États-Unis. Même le candidat Trump les avait commentées : « *Very unfair!* ».

Dans le *Cambridge Advanced Learner's Dictionnary*, la définition de *fake news* inclut le moyen de diffusion, l'aspect humoristique et la visée

politique : « *False stories that appear to be news, spread on the internet or using other media, usually created to influence political views or as a joke. There is concern about the power of fake news to affect election results.* »

Les *fake news* peuvent-elles exister en anglais, mais pas en français ? Peu probable. Un poisson, une chaise ou un concept philosophique ont leur existence propre, peu importe les langues qui les désignent. Si les *fake news* n'existaient pas, le président français Emmanuel Macron aurait-il lancé un projet de loi pour les interdire ?

Interviewé par *Télérama* sur la question, le linguiste Louis-Jean Calvet admet que la confusion règne. « *En général, on opte pour le terme "vérité alternative". Mais celui-ci implique qu'il y ait des vérités différentes et qu'on changerait de monde. On se rapproche d'Orwell ! Or, ce n'est pas ce que signifie* "fake" *en anglais.* » Il précise que les mots bobard, contre-vérité, fallacieux et erroné se rapprochent du sens de « *fake* », mais sans convenir tout à fait. « *Dans* "fake", *il y a la notion à la fois du langage courant et d'une histoire fabriquée, tel un faux tableau. Ce terme est désormais présent dans l'inconscient collectif.* » Mais le laisser tel quel dans notre langue, comme *corn flakes* par exemple, signifierait qu'on en fait un concept essentiellement anglo-américain. « *Mais ces* fake news *ne sont pas spécifiquement américaines* », souligne-t-il.

La définition que nous avons utilisée dans notre travail de recherche portant sur les *fake news* au Québec[4] est la suivante : « *Ce qu'on appelle* fake news *est une information inexacte, irrécupérable, diffusée sans contrôle journalistique à un large public à partir des réseaux sociaux. Elle a pour but de tromper le public à des fins mercantiles ou idéologiques, ou d'amuser.* »

Cette définition souligne l'absence du travail journalistique, une notion souvent absente des définitions courantes et essentielle car elle sous-entend un encadrement déontologique. Elle prend en considération le caractère irrécupérable de la nouvelle diffusée sur les réseaux sociaux, et l'objet de cette diffusion (le pastiche, la blague, autant que l'appât du gain ou la motivation idéologique).

Fiction et réalité, mensonge et vérité

S'il y a urgence d'une définition en français (et pourquoi pas d'un néologisme adéquat comme « infausse[5] », le concept lui-même n'est pas encore consensuel dans l'anglophonie. Trois auteurs, Edson Tandoc, Sheng Wei Lim et Richard Ling, ont publié dans *Digital Journalism* une analyse de 34 articles scientifiques ayant utilisé les termes « *fake news* » entre 2003 et 2017. Ils en tirent dans « *Defining 'fake news'* » une typologie en six catégories : la parodie, la satire, la fabrication, la manipulation d'image, l'opération de relations publiques et la propagande.

Les auteurs rappellent que le public joue un rôle déterminant dans la dissémination des *fake news*. « *Si les nouvelles sont construites par les journalistes, les* fake news *sont co-construites par le public ; leur fausseté dépend beaucoup de sa capacité à percevoir le faux comme réel. Sans ce processus de tromperie, les* fake news *demeurent dans le domaine de la fiction. C'est quand le public les confond avec de vraies nouvelles qu'elles entravent la légitimité du journalisme.* »

En effet, les *fake news* soulèvent avant tout la question de la « vraie » nouvelle, basée sur un caractère inédit mais surtout sur la vérité. Depuis que Facebook est devenue la première source d'information d'un bon nombre de citoyens (44 % des Américains y tirent l'essentiel de leurs informations), il faut rappeler que son contenu n'est pas filtré par des reporters, chefs de pupitres et éditeurs ayant pour principale éthique professionnelle la recherche de la vérité. Même si on a beaucoup insisté sur les erreurs déontologiques (toujours trop nombreuses) et les entorses à l'objectivité des journalistes, ces derniers demeurent en principe guidés par un idéal commun : la recherche de la vérité. ■

Journaliste et auteur, Mathieu-Robert Sauvé mène une recherche de second cycle à l'Université de Sherbrooke

[4] En cours de rédaction, le projet de recherche est sous la direction de Marie-Ève Carignan, professeure de communication à l'Université de Sherbrooke.

[5] L'auteur a proposé l'usage du terme « infausse » au congrès de l'ACFAS, le 8 mai 2018 à Saguenay.

SAUVÉ, Mathieu-Robert. « Fake news : une définition s'impose. » *Les Cahiers du journalisme - Débats*, 2018, vol. 2, n°2, p. D31-D34.

Merci de votre attention.

Pour toute question ou information additionnelle, veuillez communiquer avec

Mathieu-Robert Sauvé

Université de Sherbrooke

mathieu.robert.sauve@usherbrooke.ca

Université de Montréal

mathieu-robert.sauve@umontreal.ca

Téléphone : 514 343-6111, poste 8880