

# Les pratiques de *fact-checking* journalistique participatif, entre contraintes et intérêts

< Jérémie Nicey <sup>1</sup> >

1. Laboratoire PRIM (EA7503), Projet ANR Vije (Vérification de l'information dans le journalisme, sur internet et dans l'espace public), Université de Tours  
29 rue du Pont-Volant, F-37100 Tours, France  
jeremie.nicey@univ-tours.fr

DOI : 10.25965/interfaces-numeriques.4283

## < RÉSUMÉ >

Les unités journalistiques dites de *fact-checking*, consacrées à la vérification de l'information et des propos des gouvernants ou des personnalités, ont opéré en 2017 une conversion vers le « *debunking* » ou « démystification de rumeurs », en accentuant désormais la participation des publics. Cet article examine le cas emblématique de la rubrique de *Libération* devenue "CheckNews", qui collecte les questions de ses usagers sur des informations qu'ils souhaitent voir vérifiées. Comment s'est opérée la synthèse entre journalisme participatif et *fact-checking*, et en répondant à quels principes ? Fondé sur l'analyse du site CheckNews.fr et sur l'analyse des critères réglementaires de certification des cellules journalistiques de vérification de l'information, cet article se donne pour ambition d'y répondre, et de mettre en perspective les pratiques, les limites et les craintes d'une telle ouverture aux publics.

## < ABSTRACT >

Fact-checking journalistic units, dedicated to verify claims by politicians or by personalities, have transformed their model into debunking in 2017 ; in so doing, they enhanced the participation of their users. This articles examines the case of the French daily *Libération's* fact-checking unit, "CheckNews", which collects the questions of its users on information they wish to see verified. How was the synthesis between participatory journalism and fact-checking made, and following which principles ? This article is based on the analysis of the site CheckNews.fr and of the regulatory criteria to certify fact-checking units ; it aims to put the practices, the limits and fears of such an opening to the public in perspective.

< **MOTS-CLÉS** >

journalisme, participation en ligne, UGC (user-generated content), vérification, *fact-checking*, CheckNews (*Libération*), *fake news*, confiance, défiance, *digital labor*

< **KEYWORDS** >

journalism, online participation, UGC (user-generated content), verification, *fact-checking*, CheckNews (*Libération*), *fake news*, trust, mistrust, *digital labor*

---

**Introduction – Une jonction du participatif et du *fact-checking***

La participation des publics en ligne à la production de contenus journalistiques a fait l'objet de nombreuses études (on retiendra celle de Singer *et al.*, 2011), particulièrement pendant une quinzaine d'années, du début des années 2000 à la moitié des années 2010 – autrement dit durant la période où cette participation a été la plus mobilisée et promue par les rédactions. Parmi les travaux francophones, trois principaux aspects en ont été examinés : les principes et modalités de cette participation (Pignard-Cheynel et Noblet, 2010) ; leurs natures et formes diverses (Rebillard, 2011), notamment celle de commentaires de l'information (Degand et Simonson, 2011 ; Demers, 2012) ou celle de fourniture d'images d'actualité (Schmitt, 2012 ; Aubert et Nicey, 2015) ; enfin les dimensions stratégiques, articulations et tensions entre les différents acteurs, notamment liées à la monétisation des contenus (Rebillard, 2007 ; Bouquillion et Matthews, 2010). Dans cette période d'élargissement des énonciateurs et des circulations de l'information, permise notamment par l'abaissement des coûts des accès et des terminaux numériques, le principe qui a présidé a été de donner – davantage – la parole aux publics. Ce contexte de production participative/collaborative de l'information, et de sa dissémination, a contribué dans une certaine mesure à la construction d'un espace public de l'information en ligne (Garcin-Marrou, 2018). Pour autant, les limites d'une prétendue « démocratie Internet » ont largement été soulevées (Cardon, 2010), et à l'engouement vis-à-vis de l'intégration de *user-generated content* (contenu généré par l'utilisateur) a succédé, au milieu des années 2010, une période de relatif recul de la valorisation de la parole des publics sur les sites-mères des médias, en en déplaçant

l'animation le plus souvent sur les espaces de réseaux sociaux – à savoir la pratique de *community management*.

Or cette incitation à la participation des usagers a été réactivée, en grande partie depuis 2017, par les cellules ou rubriques journalistiques de *fact-checking*. Ces productions centrées sur la vérification de l'information intègrent désormais les interrogations des publics. Nous proposons d'étudier le cas emblématique de la rubrique de *Libération* devenue "CheckNews", qui collecte les questions de ses usagers sur des informations qu'ils souhaitent voir vérifiées. Comment s'est opérée la synthèse entre journalisme participatif et *fact-checking*, et en répondant à quels principes ? Fondé sur l'analyse du site CheckNews.fr et sur l'analyse des critères réglementaires de certification des cellules journalistiques de vérification de l'information, cet article, fruit d'une étape exploratoire de recherche, se donne pour ambition d'y répondre. Tout en nous référant à plusieurs travaux et codes internationaux, nous nous limitons ici à un cas français ; pour autant, cette étude présente l'intérêt d'observer et d'interroger les évolutions récentes et de mettre en perspective les pratiques, les limites et les craintes d'une telle ouverture aux publics, non circonscrite à la France.

## **1. Les mutations récentes du *fact-checking*: démontage de rumeurs et nouvelle inclusion des publics**

### ***1.1 Du fact-checking pur au "debunking" : démarches éditoriales et marketing***

Après être apparues dans les médias étatsuniens au début des années 2000, les rubriques de *fact-checking*, dédiées à la vérification de l'information et des propos des gouvernants ou des personnalités dans l'espace public (mais intégrant parfois des contenus de *data journalism* ou journalisme de données), se sont développées mondialement (Dobbs, 2012 ; Stencel, 2018) ; en France, elles datent de 2008 avec la création de la rubrique "Désintox" de *Libération*, suivie notamment par "Les Décodeurs" du *Monde* en 2009. Depuis, elles ont gagné en ampleur et en nombre (Bigot, 2018). En 2016, suite à deux scrutins majeurs controversés, en juin au Royaume-Uni (référendum sur le Brexit) et en

novembre aux États-Unis (présidentielle remportée par Donald Trump), l'influence de la circulation d'informations trompeuses – ou *fake news* – sur les réseaux sociaux et les plateformes numériques a particulièrement été montrée du doigt (European Commission, 2018 ; Wardle et Derakhshan, 2017 ; Badouard, 2017). Depuis, plusieurs études ont apporté de profondes nuances ou contradictions aux interprétations sur ces supposés effets, aussi bien sur la très faible proportion de messages partagés en faveur de Trump (moins de 1 % du total des partages en ligne durant la campagne : Grinberg *et al.*, 2019), que sur la non systématique de l'adhésion des publics aux contenus qu'ils lisent voire qu'ils partagent (Allcott et Gentzkow, 2017), ou encore sur la viralité non nécessairement accentuée des fausses informations par rapport aux autres contenus (Vosoughi *et al.*, 2018).

Néanmoins, face à la dissémination de tels contenus en ligne, une partie des *fact-checkers* a opéré en 2017 une conversion vers le « *debunking* », ou « démystification de rumeurs ». Cette mutation s'est d'abord faite à l'occasion de l'opération CrossCheck, « coalition » inédite – au niveau mondial à ce jour encore – de journalistes français spécialistes de la vérification durant la campagne de l'élection présidentielle (Nicey et Bigot, 2019) : de concert, ces derniers ont pisté les informations douteuses, avec l'aide logistique de Google et de Facebook, géants numériques désireux notamment de “nettoyer” leurs espaces et de redorer leur réputation. Dans la continuité, le service “Désintox” de *Libération* a même transformé son *modus operandi* : après avoir initié un espace recueillant les questions de ses usagers durant l'entre-deux-tours en mai 2017, il a opéré une totale conversion de son modèle, en l'argumentant de la manière suivante :

« [...] Nous avons décidé de modifier notre manière de travailler en septembre 2017, en créant CheckNews, premier service de “factchecking à la demande”. Désormais, ce sont les lecteurs qui ont pris les commandes éditoriales, en posant des questions, via la plateforme Checknews.fr, auxquelles l'équipe répond. [...] Vos questions, plus nombreuses chaque jour depuis le lancement de la plateforme, témoignent d'un besoin de vérification et d'information rigoureuse, alors que les réseaux sociaux charrient toujours davantage d'intox et que le débat politique, plus polarisé que jamais, exige parfois un arbitrage neutre pour s'y retrouver. Mais elles

*témoignent aussi du besoin d'être entendu. Les médias ont perdu une part de la confiance des citoyens. [...] Voilà une des raisons de la transformation de Désintox en CheckNews : donner aux internautes le choix du sujet, est un moyen de répondre à cette défiance. Nous vérifions ce que vous nous demandez de vérifier. Le site CheckNews est le vôtre. Le site CheckNews est à tout le monde. »<sup>1</sup>*

À l'appui de tels éléments, il convient de souligner que la rédaction CheckNews a ainsi déplacé sa focale, en accentuant désormais l'intérêt *pour* les publics et, espère-t-elle, *des* publics. L'objectif est en effet également de consolider sa communauté de lecteurs, voire de l'élargir. La démarche est donc à la fois éditoriale, dans la lignée des principes du paradigme participatif (*cf. supra*), et marketing : la promotion de « l'expérience usager » en jouant le rôle de « ponts » (ou « *bridges roles* » : Cherubini, 2017) non seulement à l'intérieur de la rédaction mais aussi vers l'extérieur, est mise en avant, comme en témoigne l'argumentaire extrait ci-dessus.

### **1.2 Une typification des articles de fact-checking : l'adresse au lecteur**

Comment se traduit la relation des *fact-checkers* avec leurs publics ? Quelles traces indiquent, dans les articles de CheckNews, une prise en compte de la communauté d'utilisateurs ? S'il ne s'agit pas à proprement parler de journalisme participatif, l'analyse du traitement des questions des lecteurs fait émerger une construction-type des articles de « *fact-checking* nouvelle génération ».

En deux ans, la rubrique CheckNews a publié près de 3 600 articles<sup>2</sup>. L'analyse des 361 premiers et des 353 derniers articles (soit au total 20 % de la production) montre que tous sont construits sur une énonciation tournée vers le lecteur auteur de la question adressée à la rédaction. Dès après les titres – dont la majorité est construite sous la forme interrogative (*cf. infra*) à l'exception de certains reprenant la grammaire

---

1. <https://www.liberation.fr/checknews/about>

2. Le décompte était de 3572 articles CheckNews au 1er juillet 2019, en partant du 3 mai 2017, date d'amorce avant la multi-production quotidienne elle-même lancée en septembre 2017 (*cf. supra*).

de l'ex-rubrique "Désintox" (« Non... ») – et dès après le chapô répondant à la question en en situant l'actualité, la structure de base des articles comporte en effet trois éléments immuables :

- « *Question posée par [prénom] le [--/--/---- : date]* » : cette personnalisation et cette mention de date visent une authentification de l'échange, et l'indication de l'énonciateur se veut effet de proximité et d'attestation de sa qualité de membre de la communauté de lecteurs ;
- « *Bonjour, vous nous avez demandé si.../vous nous avez posé cette question...* » : cette amorce indique une formalisation de l'échange, une adresse au public visé, voire suggère un rapport interpersonnel. Par ailleurs elle souligne l'implication de l'utilisateur et son envoi préalable d'une question. Autrement dit, la rédaction souligne par une telle formulation avoir été sollicitée, saisie, suggérant par là même la prise en compte des interrogations de sa communauté ;
- À la fin de l'article, comportant énoncé des faits et réponse détaillée : « *Cordialement, [signature du/de la journaliste]* » : cette formulation s'apparente à une clôture de l'échange, telle qu'on pourrait la retrouver dans un autre contexte écrit.

À ces indicateurs locutoires s'ajoutent des éléments de prise en compte des positions de lecteurs divers. Le premier signe concerne l'accessibilité des contenus discutés : ils sont certes amorcés par l'utilisateur auteur d'une question, auquel une réponse est formulée, mais l'article s'adresse en réalité à l'ensemble du public de la rubrique, ce qui constitue un élargissement des destinataires de l'échange initial. De même, si l'auteur de la question sait de quoi il parle, cela n'est pas nécessairement le cas des autres lecteurs de CheckNews. Pour y remédier le/la journaliste procède : d'une part dans le chapô à une reformulation/simplification de la question, en l'indiquant par souci de transparence (« Vous nous avez posé la question suivante, que nous avons reformulée... » ; « Nous avons reformulé votre question, qui était :... ») ; d'autre part à une contextualisation systématique, pour ne pas perdre les autres membres de la communauté (l'actualité concernée y est précisée : « Bonjour, vous faites allusion à... [actualité/déclaration/rumeur] » ; « Bonjour, vous faites référence à... [actualité/déclaration/rumeur] » ; « Contrairement à

ce qu'a annoncé... ». Ainsi, les articles de CheckNews ne sont pas un simple échange interpersonnel, même s'ils sont initiés comme tels.

Les thématiques traitées, quant à elles, sont variées, ce qui témoigne d'une diversité des intérêts des lecteurs et de leurs interrogations. En mars 2018 soit après six mois d'exercice officiel (et après presque un an en réalité), la rubrique CheckNews avait, d'après les statistiques établies par un spécialiste indépendant des données, Brice Le Borgne<sup>3</sup>, traité 1 000 questions, le plus fréquemment sur les thématiques suivantes : Médias (78 occurrences), Politique (64), Emmanuel Macron (58), Présidentielle 2017 (54), *Libération* (48) et Fact-checking (39). Ces deux dernières entrées témoignent de la place de l'autocritique, ce qui est corroboré par l'argumentaire des responsables de la rubrique :

*« [...] Nous avons aussi, à notre grande et heureuse surprise, de nombreuses questions sur Libération, son indépendance vis-à-vis de son actionnaire, ses choix, son fonctionnement. Nous y avons répondu à chaque fois en transparence. Nous nous assignons des règles précises dont la première est : ne répondre que sur des aspects factuels. Laisser de côté les questions qui appellent des réponses subjectives. »<sup>4</sup>*

## **2. La promotion de la participation: le *fact-checking* entre incitations et injonctions**

### **2.1 *Susciter et gérer la participation de ses lecteurs : un nouveau courrier des lecteurs ?***

Le *fact-checking* constitue-t-il un mode offensif contre la défiance envers les médias (Kantar Public, 2019) ou juste une réponse à celle-ci ? Les enjeux de confiance à l'ère du numérique tendent à montrer qu'il ne peut y avoir d'espace public sans « communication », et pas de communication sans « commun ». À cet égard, le rejet permanent – ou la relativisation – des faits représente un danger évident. Dans ce contexte, il est éclairant de souligner que la participation des publics, prônée,

---

3. <https://twitter.com/BriceLeBorgne/status/970700076841623552>

4. *Op. cit.* : <https://www.liberation.fr/checknews/about>

promue voire survalorisée, a en fait existé tôt au sein du *fact-checking*. Pour exemples, Hoaxbuster (né en 2000) et le blog originel Les Décodeurs (lancé en 2009) étaient fondés sur la sollicitation de leurs publics<sup>5</sup>. De même, nous avons repéré que des événements antérieurs à 2017 avaient conduit les *fact-checkers* à mettre en avant les questions de leurs usagers : ce fut significativement le cas par “Les Décodeurs” du *Monde*, en juillet 2016, lors de l’attentat de Nice<sup>6</sup>. Il convient ainsi de considérer que l’accentuation opérée en 2017 correspond en réalité à des velléités de réveil du participatif. Nous l’avons énoncé, cela passe par le mode singulier de recueil des questions du public ; or la rubrique CheckNews indique là encore la manière dont elle en opère le traitement :

*« Comment choisit-on les questions auxquelles on répond ? Il y a nécessairement une sélection des questions. Nous avons des milliers de questions en attente. Et le succès que nous constatons, jour après jour, va mécaniquement augmenter le nombre de questions des internautes. Hélas, nos effectifs (six personnes) ne sont eux pas extensibles. [...] Nos réponses doivent être le miroir de vos questions, et refléter la grande diversité des interrogations que vous nous adressez. [...] Nous ne choisissons pas nos questions de ce qui nous dérangerait sur un plan idéologique, ou de ce qui nous sied sur un plan politique. Nous avons conscience que l’intérêt d’un tel site est de répondre à tous et toutes. »<sup>7</sup>*

Comme tout processus éditorial, la rédaction effectue ainsi un tri et une hiérarchisation de l’information ; en cela, le *fact-checking* participatif répond pleinement aux canons du journalisme. En outre, l’ouverture par la rédaction aux interrogations de ses lecteurs ne constitue pas non plus une nouveauté en soi : elle répond aux principes précités d’animation d’une communauté, et surtout elle semble trouver ses racines dans la tradition du courrier des lecteurs. Si cette approche centrée sur l’usager peut interroger pour sa dimension marketing (*cf. supra*), elle est aussi marquée par un biais de taille : quelle est la représentativité du lectorat de CheckNews parmi les membres qui lui adressent des questions ? Si les

---

5. Nous remercions Laurent Bigot, maître de conférences à l’université de Tours, pour ses conseils de rappel sur ce point.

6. [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/07/17/attentat-de-nice-les-reponses-a-vos-questions\\_4970850\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/07/17/attentat-de-nice-les-reponses-a-vos-questions_4970850_4355770.html)

7. *Op. cit.* : <https://www.liberation.fr/checknews/about>



études antérieures montraient que les contenus générés par l'utilisateur émanent en moyenne de 6 % des publics (Singer *et al.*, 2011), nous n'avons pu obtenir de la rédaction des données pour le corroborer. Seule émerge la largesse idéologique des participants. La rubrique s'en félicite d'ailleurs, en reprenant l'étude statistique de Brice Le Borgne déjà mentionnée :

*« [...] Parmi les dix personnes auxquelles nous avons le plus répondu, figuraient deux personnes connues sur les réseaux pour leur appartenance, l'un aux Insoumis, l'autre à l'extrême droite ». Nous en sommes ravis. »<sup>8</sup>*

À ce stade, il est donc crucial de penser les degrés divers d'engagement des publics : qui vérifie quoi ? Qui doute de quoi ? Qui se sent concerné ? Qui ne l'est pas ? De même, pour quels lecteurs prime le doute (plus ou moins permanent) concernant la fabrication de l'information et le manque de transparence (Karlsson *et al.*, 2017) ? En ce sens, soulignons que la libération de la parole des publics, et leur relative prise en compte – que ce soit dans les pratiques ou dans les discours des rédactions – est un phénomène qui a pris, parmi ses déclinaisons, de profonds accents de complotisme/conspirationnisme. De fait, il existe entre les usagers à même de participer et ceux qui ne le peuvent pas – et plus encore ceux qui s'en tiennent à distance voire l'ignorent – une « double fracture » (« inégalités d'accès », techniques et financières, et « inégalités d'usage », *i.e.* de littératie numérique, autrement dit d'aptitudes : Le Guel, 2004) ; bien qu'elle ne soit pas nouvelle, celle-ci s'avère difficile à appréhender. En cela, les réserves sont semblables à celles constatées il y a plus d'une décennie, précisément concernant la participation des publics (Rebillard, 2007).

## **2.2 Se conformer aux normes de participation : quels poids face aux géants du numérique ?**

Nous avons souligné plus haut que la démarche participative de CheckNews, initiée en 2017, était à la fois éditoriale et marketing. Toutefois, cette initiative semble aussi une mise en application du Code

---

8. Op. cit. : <https://twitter.com/BriceLeBorgne/status/970700076841623552>

de principes de l'IFCN – International Fact-checking Network. Cet organisme fonctionne en tant que réseau de cellules journalistiques de *fact-checking*, auxquelles il délivre une certification, valable un an et renouvelable. Parmi les principes imposés aux *fact-checkers* qui en sont signataires (soixante médias au 1<sup>er</sup> juillet 2019), figurent notamment celui de s'ouvrir aux questions des lecteurs et celui de leur transmettre les éléments utiles (données, liens hypertextes) pour vérifier par eux-mêmes :

*« Signatories [...] encourage readers to send claims to fact-check and are transparent on why and how they fact-check. [...] Signatories want their readers to be able to verify findings themselves. They provide all sources in enough detail that readers can replicate their work [...] »<sup>9</sup>*

Si de telles démarches sont louables, elles font émerger des questionnements quant aux intérêts de leurs acteurs. L'IFCN, tout en étant une émanation du Poynter Institute dont le sérieux est indéniable, est une initiative qui existe en grande partie grâce au soutien de Facebook et au référencement bienveillant de Google<sup>10</sup>. Parallèlement, Facebook lui-même incite ses propres utilisateurs à signaler sur sa plateforme des contenus suspects (Bigot, 2019, pp. 122-123). Cela nous conduit, pour terminer, à soulever au moins trois points. En premier lieu, on semble être en présence d'une normativité de la logique participative, dans un contexte où le paysage de la production, de la circulation et de la recherche d'information est dominé, façonné et imposé par les plateformes (Sire, 2016 ; Gomez-Mejia *et al.*, 2016 ; Rebillard et Smyrnaiois, 2010 ; 2019). Ce phénomène, comme d'autres, invite dès lors à penser les limites à l'ouverture citoyenne inhérentes à la collaboration avec les plateformes numériques hégémoniques, nourrissant des craintes légitimes (Helberger *et al.*, 2018 ; Smyrnaiois, 2017 ; Bell *et al.*, 2017). De même, l'observation des incitations à une participation des publics ne doit pas s'exonérer d'une prise en compte des leçons tirées des recherches sur le *digital labor*, à savoir les profits que tirent les géants du

---

9. <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>

10. <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-code-and-the-platforms>

numérique des efforts et micro-tâches des usagers, et sur ses dérives (Scholz, 2012 ; Cardon et Casilli, 2015).

### **Conclusion: Vers un partage des procédés de vérification de l'information en ligne?**

Les fausses informations, tout en relevant d'activités anciennes, posent des défis d'une nouvelle nature (Sauvageau *et al.*, 2018). Pour regagner la confiance de leurs lecteurs, les médias qui ont intégré des cellules de *fact-checking* ont donné une place au recueil des questions de leurs publics, dans une tendance récente mais en prolongement des principes de construction participative de l'information. À *Libération*, ce procédé est même devenu prioritaire en 2017, transformant le modèle du site "Désintox" en celui de "CheckNews". Au terme de notre étude portant sur une partie des contenus du site et sur son positionnement, il apparaît que la vérification de l'information en ligne, malgré des questions de représentativité, navigue entre logiques communautaires, commerciales, journalistiques et citoyennes. En outre, nous avons pu montrer que les dispositifs d'échange avec les usagers et de participation de ces derniers répondent autant à une conviction, à une démarche intéressée, qu'au respect de contraintes exercées par des entités tierces liées en grande partie aux géants du numérique.

Dès lors, les journalistes *fact-checkers* peuvent-ils et doivent-ils avoir pour objectif une expertise partagée et collaborative (Alloing et Moinet, 2010)? Autrement dit, après l'étape du *savoir-faire* professionnel (années 2000) et après l'étape du *faire-savoir* (dimension de marketing éditorial, dans les années 2010), les *fact-checkers* peuvent-ils et doivent-ils ambitionner un *savoir-faire (mis en) commun*? Peuvent-ils et doivent-ils, avec leur expertise, viser un tel « *partage* », au sens noble du terme, et non commercial comme l'ont mis en place jusque-là les industries du numérique (Halais, 2015)? Aussi satisfaisante qu'elle puisse l'être, cette acception invite à distinguer les situations où on se contente d'intégrer le public de celles où on lui permet de s'approprier la vérification de l'information, c'est-à-dire d'*empowerment* (ou autonomisation); défis que pose la formation du grand public aux dispositifs numériques de recherche de l'information (Saemmer, 2017 ; Serres et Le Deuff, 2009).

## Bibliographie

- Allcott Hunt, Gentzkow Matthew (2017). « Social Media and Fake News in the 2016 Election », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 31, n° 2, pp. 211-236.
- Alloing Camille, Moinet Nicolas (2010). « Des réseaux d'experts à l'expertise 2.0 », *Les Cahiers du Numérique*, n° 6, pp. 35-53.
- Aubert Aurélie, Nicey Jérémie (2015). « Citizen Photojournalists and Their Professionalizing Logics », *Digital Journalism*, vol. 3, N. 4, pp. 552-570, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2015.1034525?journalCode=rdij20>
- Badouard Romain (2017). *Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur et propagande*, FYP Editions.
- Bell Emily J., Owen Taylor, Brown Peter D., Hauka Codi, Rashidian Nushin (2017). *The Platform Press : How Silicon Valley Reengineered Journalism*, Columbia University Academic Commons, [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php/#executive-summary](https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php/#executive-summary)
- Bigot Laurent (2019). *Fact-checking vs. fake news. Vérifier pour mieux s'informer*. INA Editions.
- Bigot Laurent (2018). « Les journalistes *fact-checkers* entre réinvention de la vérification et quête de reconnaissance professionnelle », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 18(2), pp. 19-31.
- Bouquillion Philippe, Matthews Jacob T. (2010). *Le web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*, Presses universitaires de Grenoble.
- Cardon Dominique, Casilli Antonio (2015). *Qu'est-ce que le Digital Labor ?* INA Editions.
- Cardon Dominique (2010). *La démocratie Internet : promesses et limites*, Editions du Seuil.
- Cherubini Federica (2017). « The Rise of bridge roles in news organizations », Nieman Lab, <https://www.niemanlab.org/2017/12/the-rise-of-bridge-roles-in-news-organizations/>
- Demers François (2012). « Le défi de la construction d'un public pour le journalisme au temps de Google Analytics », *Tic & Société*, n° 6(1), [En ligne] <https://ticetsociete.revues.org/1162>
- Degand Amandine, Simonson Mathieu (2011). « Les régimes de modération des forums et des commentaires sur les sites de presse en ligne », *Les Cahiers du Journalisme*, n° 22-23, p. 56-72.

- Dobbs Michael (2012). « The Rise of Political Fact-Checking », Media Policy Initiative, New America Foundation.
- European Commission (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation*, Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation, [En ligne], <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>
- Garcin-Marrou Isabelle (2018). « Espace public et production de l'information », *Études de communication*, n° 50, pp. 129-146.
- Gomez-Mejia Gustavo, Nicey Jérémie, Vaezi-Nejad Shabnam (dir.) (2016). Dossier « Les pouvoirs éditoriaux de Google », in *Communication et Langages*, n° 188, 2016.
- Grinberg Nir, Joseph Kenneth, Friedland Lisa, Swire-Thompson Briony, Lazer David (2019). « Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election », *Science*, vol. 363, n° 6425, pp. 374-378.
- Halais Flavie (2015). *Economie du partage, utopie romantique des startup américaines*, epub, Alo.
- Helberger Natali, Pierson Jo, Poell Thomas (2018). « Governing online platforms : From contested to cooperative responsibility », *The Information Society*, n° 34 (1), pp. 1-14.
- Kantar Public / Marcé Carine (2019). « Baromètre 2019 de la confiance des Français dans les médias » (pour *La Croix*), <http://fr.kantar.com/médias/digital/2019/barometre-2019-de-la-confiance-des-francais-dans-les-media/>.
- Karlsson Michael, Clervall Christer, Nord Lars (2017). « Do Not Stand Corrected. Transparency and Users' Attitudes to Inaccurate News and Corrections in Online Journalism », *Journalism and Mass Communication Quarterly*, n° 94(1), pp. 148-167.
- Le Guel Fabrice (2004). « Comment pourrait-on mesurer la double fracture numérique ? », *Réseaux*, vol. 5-6, n° 127-128, pp. 55-82.
- Nicey Jérémie, Bigot Laurent (2019). « Un pour tous, tous pour un ? Les pratiques inédites de "coalition" des journalistes *fact-checkers* français durant la campagne présidentielle de 2017 », in Anaïs Theviot (dir.), *Médias et élections. Les campagnes présidentielles et législatives de 2017*, Ed. Septentrion, pp. 121-141.
- Pignard-Cheynel Nathalie, Noblet Arnaud (2010). « L'encadrement des contributions "amateurs" au sein des sites d'information : entre impératifs participatifs et exigences journalistiques », in Florence Millerand, Serge Proulx, Julien Rueff (dir.), *Web social. Mutation de la communication*, Presses Universitaires de Québec, pp. 265-282.

- Rebillard Franck (2011). « Création, contribution, recommandation : les strates du journalisme participatif », *Les Cahiers du journalisme*, n° 22/23, pp. 29-41.
- Rebillard Franck (2007). *Le web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet*, L'Harmattan.
- Rebillard Franck, Smyrnaioi Nikoç (2019). « Quelle "plateformisation" de l'information ? Collusion socioéconomique et dilution éditoriale entre les entreprises médiatiques et les infomédiaires de l'internet », *Tic & Société*, vol. 13, n° 1-2, <https://journals.openedition.org/ticetsociete/4080>
- Rebillard Franck, Smyrnaioi Nikoç (2010). « Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne », *Réseaux*, n° 160-161, pp. 163-194.
- Saemmer Alexandra (2017). « Désinstrumentaliser l'éducation aux technologies de l'information et de la communication », *Interfaces numériques*, 6(3), pp. 499-514.
- Sauvageau Florian, Thibault Simon, Trudel Pierre (dir.) (2018). *Les fausses nouvelles : nouveaux visages, nouveaux défis*, Presses de l'Université Laval.
- Schmitt Laurie (2012). *Quand les médias utilisent les photographies des amateurs*, Le Bord de l'eau/INA.
- Scholz Trebor (dir.) (2012). *Digital labor. The Internet as playground and factory*, Routledge.
- Singer Jane, Hermida Alfred, Domingo David, Heinonen Ari, Paulussen Steve, Quandt Thorsten, Reich Zvi, Vujnovic Marina (2011). *Participatory Journalism : Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Malden, MA : Wiley-Blackwell.
- Serres Alexandre, Le Deuff Olivier (2009). Outils de recherche : la question de la formation, in Brigitte Simonnot & Gabriel Gallezot (dir.), *L'entonnoir. Google sous la loupe des sciences de l'information et de la communication*, Caen, C & F éditions, pp. 93-111.
- Sire Guillaume (2016). *Les moteurs de recherche*, La Découverte, Paris.
- Smyrnaioi Nikoç (2017). *Les GAFAM contre l'internet. Une économie politique du numérique*, INA Éditions.
- Stencel Mark (2018). Duke Reporters' Lab, 7 août 2018, « The number of fact-checkers around the world : 156... and growing », <https://reporterslab.org/the-number-of-fact-checkers-around-the-world-156-and-growing/>
- Vosoughi Soroush, Roy Deb, Aral Sinan (2018). « The spread of true and false news online », *Science*, vol. 359, n° 6380, pp. 1146-1151.

Wardle Claire, Derakhshan Hossein (2017). *Information Disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*, Rapport pour le Conseil de l'Europe.