

## Les chauffards du bobard

Depuis la défaite de Mme Hillary Clinton à l'élection présidentielle, les chefferies éditoriales de New York, Londres ou Paris découvrent une effarante vérité : les médias mentent. Pas eux, bien sûr : les autres. Des journaux en ligne proches de la droite radicale américaine, d'obscurs blogs créés en Macédoine, des "trolls" qui publient à la pelle des fausses nouvelles (*fake news*) : la ministre de la justice aurait ordonné d'"effacer immédiatement tous les tatouages représentant le drapeau confédéré", le pape soutiendrait M. Donald Trump, Mme Clinton dirigerait un réseau pédophile basé dans l'arrière-salle de la pizzeria Comet Ping Pong à Washington... Ces boniments relayés par Facebook, Twitter et Google auraient altéré le jugement des esprits simples qui ne lisent pas chaque jour le *New York Times*.

Il n'en fallait pas davantage à la presse vertueuse pour entrer en résistance.

*"C'est une menace pour la pertinence et l'utilité même de notre profession," estime la reporter-vedette de Cable News Network (CNN) Christiane Amanpour le 22 novembre 2016. "Le journalisme et la démocratie sont en danger de mort."*

Un avis partagé par le *New York Times*, dont un éditorial-fleuve intitulé "Vérité et mensonges à l'ère Trump" (10 décembre 2016) incrimine les réseaux sociaux et déplore l'indifférence populaire à l'égard des informations fiables — cruelle ironie, la version numérique de ce texte était illustrée par une publicité pour un site de *fake news* annonçant la mort de l'acteur Alec Baldwin. À en croire le *Washington Post*<sup>1</sup>, l'épidémie de fausses nouvelles provient plutôt d'une "campagne de propagande sophistiquée" pilotée par la Russie ; mais son enquête repose sur des sources si peu fiables qu'elle est à son tour dénoncée comme un "cas chimiquement pur de "fake news"" par le journaliste Glenn Greenwald (*The Intercept*, 26 novembre 2016).

C'est entendu : avant l'entrée en campagne de M. Trump, la démocratie et la vérité triomphaient.

Certes, les médias vivaient grâce à la publicité qui promet le bien-être aux buveurs de Coca-Cola, et relayaient les "actualités" fabriquées par des agences de communication. Mais les "fausses nouvelles" s'appelaient "informations", puisqu'elles étaient publiées de bonne foi par des journalistes professionnels.

Ceux qui trompaient la Terre entière en décembre 1989 avec les faux charniers de Timișoara, en Roumanie ; ceux qui diffusaient sans vérification, en octobre 1990, la fable des soldats irakiens détruisant des couveuses à la maternité de Koweït afin de préparer l'opinion à une intervention militaire ; ceux qui révélaient à la "une" du *Monde* (8 et 10 avril 1999) le plan "Fer à cheval" manigancé par les Serbes pour liquider les Kosovars — une invention des services secrets allemands destinée à légitimer les bombardements sur Belgrade. Sans oublier les éminences du *New York Times*, du

---

<sup>1</sup> Craig Timberg, "Russian propaganda effort helped spread "fake news" during election, experts say", *The Washington Post*, 24 novembre 2016.

*Washington Post* ou du *Wall Street Journal* qui relayèrent en 2003 les preuves imaginaires de la présence d'armes de destruction massive en Irak pour ouvrir la voie à la guerre.

À présent, leur monopole de l'influence s'effrite, et ils fulminent : les poids lourds de la désinformation s'indignent que des chauffards du bobard roulent les lecteurs sans permis.

Pierre Rimbart