



Évaluer la **fiabilité** d'une
information

S'INFORMER SUR INTERNET ET LA FIABILITÉ DU CONTENU

Internet est une source d'information merveilleuse : il n'y a pas d'autre médium (télévision, presse, radio) où l'on peut trouver une telle diversité de voix, une telle pluralité de points de vue et de contenu spécialisé à propos des sujets qui nous intéressent. La raison en est que la publication en ligne est devenue bien plus facile que via d'autres médias ; chaque personne ayant accès à Internet peut créer un blog personnel, partager des photos et des opinions via les réseaux sociaux ou commenter l'actualité sur les sites d'information. Cela a potentiellement de nombreux avantages pour la liberté d'expression, mais pose en même temps plusieurs défis quant à l'usage effectif de l'information : quand autant de personnes prennent la parole, à qui faire confiance ? Tout ce qui est

publié en ligne n'est pas systématiquement créé avec le soin et l'attention nécessaires pour être précis et correct. Certaines personnes postent volontairement de fausses informations (pour des raisons politiques ou simplement pour s'amuser) et d'autres les reproduisent sans les vérifier (en les « likant » sur Facebook ou en les « retweetant » sur Twitter par exemple). La plupart des citoyens n'ont pas le temps de revérifier chaque information trouvée sur Internet, mais il y a quelques étapes à suivre qui aident grandement. Cet article présente quelles habitudes peuvent aider à trouver du contenu fiable et à éviter d'être dupé par de fausses informations. Nous abordons également le rôle des journalistes et des citoyens dans l'espace d'information en ligne.

QUI PUBLIE EN LIGNE ?

Nous vivons dans un monde si complexe que personne ne sera jamais capable de voir de ses propres yeux tous les événements qui se produisent. Nous devons faire confiance aux autres qui nous les expliquent. Sur Internet les personnes jouant ce rôle sont si nombreuses qu'il semble plus que jamais difficile de décider à qui faire confiance.¹ Dans ce contexte, plusieurs idées peuvent nous permettre de rendre notre vie en ligne un peu plus facile.

La première chose à garder à l'esprit est que parmi les internautes, peu d'entre eux publient de l'information

qui intéresse les autres.² Beaucoup de personnes se contentent de chercher de l'information et ne publient jamais rien. D'autres peuvent poster des photos personnelles ou des commentaires via les réseaux sociaux. Moins de 1 % des internautes contribuent réellement aux informations et aux opinions que l'on considère comme relevant de l'actualité ou plus généralement de l'intérêt général : les idées qui aident les citoyens à prendre des décisions sur les manières de vivre ensemble.

La plupart des informations qui relèvent de l'intérêt général sont produites par des institutions de façon assez

organisée. Traditionnellement, il s'agit d'organisations journalistiques, d'entreprises médiatiques, qui prennent la responsabilité de sélectionner et d'analyser les événements les plus importants à partager dans le débat public. Aujourd'hui, beaucoup d'entreprises et d'organisations impliquées dans la vie en société, par exemple les industries alimentaires, publient également de l'information sur Internet à propos de leurs activités et de leurs points de vue ; elles n'attendent pas toujours que les journalistes les interviewent ; elles possèdent leur propre site Internet et leurs propres profils sur les réseaux sociaux de façon à interagir directement avec les citoyens.

Cela signifie-t-il que le journalisme n'est plus important ? Non, bien entendu. Au contraire, il peut jouer un rôle plus important au sein de l'ère Internet que jamais auparavant. Si l'on consulte les statistiques des sites les plus consultés dans chaque pays, le top dix est toujours composé de deux types de sites : les services de connectivité sociale (notamment Google et Facebook) et les sites appartenant à des organisations journalistiques (journaux, télévisions et portails d'actualité professionnels). Les sites des entreprises, des gouvernements et des organisations activistes sont visités quand les individus sont très intéressés par un sujet que ces institutions maîtrisent ou quand ils souhaitent en savoir plus sur une crise ou une décision importante. Mais pour la plupart des gens, les organisations journalistiques demeurent LA référence pour avoir une idée de l'actualité via Internet. Cela ne signifie bien entendu pas que tout le monde visite la page d'accueil d'un journal en ligne chaque matin. De plus en plus d'internautes ont accès aux informations par l'intermédiaire de liens qu'ils trouvent sur les réseaux sociaux, recommandés par leurs amis, mais qui consistent *in fine* dans des articles écrits par des journalistes. La plupart des contenus en lien avec l'actualité que l'on

peut trouver sur les réseaux sociaux sont donc des liens vers des articles journalistiques et des réactions sur ces articles.

Le journalisme n'est pas important seulement parce qu'il reste le producteur principal de l'information que nous consommons sur toute une série de sujets. Il est également important, car, en principe, les journalistes ont le devoir de fournir de l'information fiable. L'essence du journalisme réside précisément dans la vérification.³ La responsabilité éthique des journalistes est de seulement publier les informations qu'ils ont pu vérifier, en interrogeant différentes sources pour obtenir les détails nécessaires sur le sujet traité, de façon à obtenir l'information la plus correcte pour les citoyens. S'ils publient quelque chose de faux, les journalistes devraient rectifier l'information et informer les lecteurs qu'il s'agissait d'une erreur. Cela ne se produit pas toujours en raison d'une combinaison de facteurs : la compétition en vigueur au sein de l'industrie médiatique (être le premier à publier une information est de grande valeur pour les journalistes et ils pourraient ne pas vérifier tous les détails s'ils sont en possession d'une histoire qui va faire grand bruit), la dégradation des conditions de travail (beaucoup de journalistes doivent produire trop d'informations et n'ont pas le temps d'approfondir leur traitement des événements) ; des pressions économiques ou politiques (certains médias peuvent être influencés par leurs sources ou leurs partenaires publicitaires et ainsi publier ce que ceux-ci souhaitent, même s'ils sont conscients qu'il s'agit d'informations inexactes) ou la fierté professionnelle (les journalistes pourraient ne pas vouloir admettre qu'ils ont commis une erreur car ils craignent que cela puisse nuire à leur réputation). Les journalistes utilisant les réseaux sociaux sont de plus en plus enclins

1 GILLMOR, D. 2010. « *Praise for Mediactive* », dans *Mediactive*. Creative Commons. http://mediactive.com/wp-content/uploads/2010/12/mediactive_gillmor.pdf. [Dernière consultation le 28 avril 2015]

2 COLSON, V., DE MAEYER, J. et LE CAM, F. 2013. *Du pigeon voyageur à Twitter : histoires matérielles du journalisme*. Bruxelles : Centre d'Action Laïque.

3 KOVACH, B., ROSENSTIEL, T. 2010. *Blur: How to know what's true in the age of information overload*. New York : Bloomsbury.

à être transparents sur leur processus de création journalistique et sur leurs éventuelles erreurs. Ils ont bien compris que c'était apprécié par les citoyens.

On peut donc en conclure que si le journalisme est bien mené, il continue à être la meilleure source d'information sur Internet. L'atout des sites de journalisme professionnel se loge aussi dans la régularité des publications d'informations, sur des sujets variés. Le problème est que les journalistes n'ont pas toujours la possibilité de traiter tous les sujets avec autant de profondeur. Si votre intérêt se porte sur des sujets très spécialisés, consulter les publications de plus petits éditeurs qui n'appartiennent pas à des organisations journalistiques peut être intéressant. Tout l'enjeu consiste à ne pas se limiter au contenu proposé

UN MENU D'INFORMATION ÉQUILIBRÉ

Pour élaborer notre menu de sources informatives fiables, il y a trois aspects à prendre en compte : l'auteur, le contenu et l'évolution au fil du temps. Nous évaluons tous ces trois aspects plus ou moins inconsciemment à chaque fois que nous trouvons de l'information en ligne⁴, mais effectuer cette évaluation plus systématiquement nous permettra de donner une position plus centrale aux sources fiables dans notre menu : nous pouvons télécharger leurs applications dans nos smartphones, les suivre sur les médias sociaux, etc., ce qui permet de ne plus devoir passer du temps à vérifier la qualité de l'information trouvée, tout en restant bien entendu vigilants, dans le cas où une information semble problématique.

- L'auteur : les auteurs sont des personnes spécifiques, généralement employées par une organisation, journalistique ou non. Quelle est l'expertise sur le sujet

4 LLAMERO, L. 2014. « Conceptual mindsets and heuristics in credibility evaluation of e-Word of Mouth in tourism », dans *Online Information Review* 38 (7) : pp. 954-968.

par Google ou par nos amis via les réseaux sociaux. Consommer de la bonne information, c'est comme consommer de la nourriture de qualité : nous voulons un menu varié provenant de producteurs de confiance. Lire la première information sur un événement consultable via Facebook peut nous conduire à de mauvaises conclusions. Il est nécessaire d'élaborer une liste de sites Internet de confiance (ou des membres de réseaux sociaux fiables) à consulter. Pour toutes ces raisons, il est conseillé d'avoir des sites journalistiques professionnels dans notre menu régulier, et d'y ajouter ensuite des sites d'organisations non journalistiques (entreprises, ONG, gouvernements, chercheurs, activistes, etc.) en fonction de nos centres d'intérêt. Voyons comment.

traité que l'on peut accrédi-ter à l'auteur d'un profil sur un réseau social ? Est-il/elle journaliste ? Est-ce le seul sujet sur lequel il/elle écrit ? S'il/elle est membre d'une organisation non-journalistique, les raisons des intérêts qu'il/elle défend ainsi que son expertise sont-elles expliquées ? Éprouver de l'intérêt pour un sujet ne signifie pas écrire de fausses informations, mais privilégier un point de vue par rapport à d'autres implique que le lecteur doit en être conscient, afin de pouvoir trouver des sources qui ont une perspective plus large sur le sujet. Dans certains cas, les organisations publient du matériel sans mentionner un auteur spécifique. L'expertise est alors collective ; elle sera évaluée de la même façon que pour une expertise individuelle, même si elle est plus diffuse. À l'opposé, de nombreux auteurs individuels – en particulier sur les réseaux sociaux – ne précisent pas pour qui ils travaillent, de quelle expertise ils peuvent

prévaloir, voire même quel est leur véritable nom, ce qui rend les informations qu'ils publient moins fiables.

- Le contenu : bien qu'un auteur puisse sembler digne de confiance, il peut aussi être pertinent de savoir ce qu'il publie pour décider de s'y fier. Les critères de base sont les suivants : la qualité de l'écriture, la mention des sources concernant les faits présentés, l'utilisation de son expertise ou d'information contextuelle qui facilitent l'interprétation des événements. Exprimer une opinion personnelle n'est pas forcément problématique : ce ne sont pas l'objectivité ou la rigueur scientifique que nous recherchons dans l'information en ligne, car de nombreuses problématiques sociétales impliquent plusieurs angles d'approche ou plusieurs pistes de solution. Lorsque le contenu comprend des opinions, il est important d'examiner si des arguments rationnels les accompagnent. La publication de sentiments ou d'expériences personnelles peut être d'une valeur équivalente à celle de faits et de chiffres. La question est de savoir si le contenu lui-même renforce la crédibilité de l'auteur ou non.

LES INFORMATIONS EN LIVE : UNE ALERTE MAXIMALE

Le moment le plus délicat de notre consommation d'information consiste dans notre tentative de donner du sens à ce qui s'est produit quelques minutes après un événement de grande ampleur (une catastrophe naturelle, une attaque terroriste, un accident, un crime, etc.). Ces événements captent l'attention de nombreuses personnes, augmentant par là même le risque de circulation de fausses informations et de rumeurs. Certains individus s'amuse-nt à publier de fausses photographies ou à inventer des détails d'un événement sur les réseaux sociaux. L'exemple de l'ouragan Sandy fin octobre 2012 illustre bien cette

- L'évolution au fil du temps : sur Internet, les premières impressions ne suffisent pas. Une fois qu'on a identifié une source provenant d'un auteur potentiellement fiable, qui semble publier des informations pertinentes, il peut être intéressant d'observer ses publications dans le temps afin de déterminer si l'expertise observée les premières fois se révèle exacte et récurrente. Nous ne voulons généralement pas suivre des auteurs qui écrivent très occasionnellement, à moins que leur travail soit unique. Dans le même ordre d'idée, nous ne voulons pas non plus suivre un auteur dont des erreurs apparaîtraient au fil du temps. La règle ultime pour notre menu d'information en ligne est qu'aucun ingrédient n'est sacré : on peut cesser de suivre une source si elle devient non fiable (ou inintéressante), ainsi qu'ajouter de nouvelles sources le cas échéant. Comme à table, manger trop ou trop peu n'est pas sain ; il importe de trouver le nombre idéal de « calories » (c'est-à-dire le contenu provenant de sources fiables) propre à chaque consommateur.

dissémination fulgurante de photographies, réelles et fausses. Le journaliste Alexis C. Madrigal⁵ du journal *The Atlantic* a repéré trois types de fausses photographies de cet événement :

1. de véritables photographies, mais qui ont été prises (bien) avant l'ouragan Sandy, voire même dans un autre lieu. La photo 1 aurait été prise en décembre 2011 aux Philippines lors de la tempête tropicale

5 MADRIGAL, A. C. 29 octobre 2012. « Sorting the Real Sandy Photos From the Fakes », dans *The Atlantic*, <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/10/sorting-the-real-sandy-photos-from-the-fakes/264243/>. [Dernière consultation : 28-04-2015]

Washi.

Lien vers l'image : <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/10/sorting-the-real-sandy-photos-from-the-fakes/264243/>

2. des photographies transformées via des logiciels comme Photoshop, qui sont donc totalement fausses, telle celle de ces requins qui nageraient dans un centre commercial new-yorkais.

Lien vers l'image : <http://www.lefigaro.fr/international/2012/10/31/01003-20121031ARTFIG00526-twitter-inonde-de-fausses-informations-sur-sandy.php>.

Enfin, le troisième type de faux identifié par Madrigal renvoie aux photographies qui sont à la fois anciennes et modifiées par des logiciels. Ces photographies ont déjà sillonné Internet et refont surface quand l'actualité le leur permet. Ce dernier type est illustré par l'une des photographies de Sandy qui a le plus circulé :

Lien vers l'image : <http://tempsreel.nouvelobs.com/les-internets/20121029.OBS7422/photo-de-l-ouragan-sandy-petite-histoire-d-un-fake.html>

Cette photographie a été partagée plus de 600 000 fois sur Facebook, donnant lieu à de nombreux commentaires sur la beauté violente de la nature. Cette photo est pourtant un photomontage d'une photo de la Statue de la Liberté et du cliché, bien réel, pris par Mike Hollingshead dans le Nebraska en mai 2004.

Lien vers l'image : <http://tempsreel.nouvelobs.com/les-internets/20121029.OBS7422/photo-de-l-ouragan-sandy-petite-histoire-d-un-fake.html>

Les enjeux de ces faux ne sont pas toujours seulement humoristiques. Dans le cas de conflits, chaque camp tend

à diffuser des informations fausses concernant ce que l'autre camp a fait, pour gagner les faveurs du public. Pour les journalistes, le risque de publier ces rumeurs sans vérification s'accroît en raison de la compétition et de la difficulté parfois rencontrée pour revérifier les faits, quand les faits, voire même les lieux, leur sont inaccessibles.⁶

Dans ces circonstances, l'attitude la plus sage consiste à adopter un regard plus méfiant que d'habitude sur les informations fournies. Si dans un premier temps on peut faire confiance aux sources, il est utile de chercher d'autres versions afin de détecter d'éventuelles incohérences. Privilégions les récits qui fournissent le contexte, une explication des causes et des conséquences ainsi qu'une interprétation, plutôt que ceux qui expliquent les détails de dernière minute. Avant de « liker » ou de « retweeter » une information reçue de nos amis via les réseaux sociaux, posons-nous les questions suivantes : quelle est la source derrière cette information ? Quel est l'auteur qui l'a produite (journaliste, expert, protagoniste direct, personne anonyme, etc.) ? Est-il possible qu'un tel auteur produise cette information à ce moment-là ? Est-il possible de retrouver l'information originale ? Si un lien est fourni, méfions-nous-en s'il n'est pas lié à l'auteur.

Certains projets Internet (Storyful, Bellingcat) encouragent l'effort collaboratif de nombreux internautes pour vérifier l'information traitant des événements en cours. Dans la plupart des cas, c'est la réaction spontanée des citoyens qui interroge la crédibilité d'une source répandant une rumeur. Sur Twitter, trouver le « hashtag » (#) le plus utilisé pour parler d'un événement permettra de prendre connaissance des détails confirmés ou infirmés. Il apparaît que les fausses informations tendent à se répandre plus rapidement que

⁶ SILVERMAN, C. (dir.). 2014. *The Verification Handbook*. Maastricht : European Journalism Center.

les corrections de ces mêmes informations.⁷ Garder ses distances face à des informations critiques tant que les journalistes n'ont pas réalisé leur travail d'investigation demeure l'un des meilleurs moyens pour maintenir notre menu d'information sain, même dans des moments de déferlement médiatique.

⁷ HERMIDA, A. 2015. « Filtering Fact from Fiction : A Verification Framework for Social Media » dans ZION, L. et CRAIG, D. (dir.). *Ethics for Digital Journalists*. Emerging Best Practices. New York : Routledge.

Enjeu Objectifs

- Trier et évaluer l'information selon son degré de pertinence et de fiabilité
1. Identifier les critères de fiabilité d'une information
 2. Faire le tri parmi la masse d'information disponible en ligne
 3. Créer son propre réseau d'information pertinente et fiable
 4. Adopter les bons réflexes avant de se faire « producteur » (partages, liens, écriture)

Durée

4x50 min.

Matériel

Documents-élèves

L'activité a pour but d'identifier et de s'approprier les critères de fiabilité d'une information en ligne en passant par l'analyse et la production de contenu.

La facilité et la rapidité avec laquelle les informations sont échangées en ligne ont deux conséquences principales. Il s'agit premièrement d'être capable de faire le tri parmi toutes ces informations pour identifier celles qui nous sont intéressantes. Pour cela, plusieurs techniques existent, comme la curation de contenu, le recours à des leaders d'opinion (des personnes, par exemple sur les réseaux sociaux qui partagent des infos qui nous semblent dignes d'intérêt) ou encore, plus chronophage, le surf de pages en pages en fonction des clics intéressants. Deuxièmement, il est important de pouvoir identifier la fiabilité des informations qui nous parviennent.

Une des grandes craintes du public internaute, et a fortiori des enseignants quand il s'agit d'éduquer à une bonne utilisation d'Internet, est de tomber sur du contenu non fiable, des arnaques, des pièges

ou de la désinformation involontaire. Oui, elle existe. Oui, des moyens très efficaces peuvent être mis en œuvre afin d'en limiter les conséquences. Cependant, saviez-vous qu'une écrasante majorité des informations trouvées sur Wikipédia sont correctes ? (<http://www.zdnet.fr/actualites/wikipedia-presque-aussi-fiable-que-britannica-39296098.htm> https://fr.wikipedia.org/wiki/Critiques_de_Wikip%C3%A9dia)

Il est donc extrêmement important d'inciter les jeunes à se documenter en ligne, mais pas n'importe comment. Les premiers réflexes à retenir sont :

1. toujours identifier la source d'une information
2. toujours vérifier l'information avant de la diffuser ou de l'utiliser (comparer, etc.)

Cette fiche d'activité permettra aux jeunes de développer l'esprit critique et le recul nécessaires à la recherche d'information en ligne.

ACTIVITÉ

1

Introduction (15 min.)

Document-élève : activité 1

Pour introduire la thématique, il est utile de partir des connaissances, du vécu et des a priori des jeunes. Cela permettra à l'encadrant de situer son message, d'évaluer la situation des jeunes et d'identifier les précisions nécessaires à apporter tout au long de l'animation.

Commencer par demander aux élèves de citer les sources d'information qu'ils consultent habituellement. L'encadrant inscrit les sources au tableau en les classant à l'avance par colonnes : presse papier traditionnelle, presse écrite en ligne, info citoyenne, réseaux sociaux, radio, télévision, etc.

L'intérêt de cette activité apéritive est de se rendre compte que plusieurs types de sources d'information coexistent, se complètent, mais n'ont pas toutes les mêmes caractéristiques. Des réactions peuvent notamment surgir entre les élèves à l'annonce d'une source : « ah, mais ça, ce n'est pas de l'info ! » ou encore « mais tu les crois, ces gens-là ? ». C'est bien là tout l'intérêt de l'activité.

Retrouvez les documents-élèves personnalisables sur www.csem.be/vivreensemble

Évaluer la **fiabilité** d'une information

ACTIVITÉ

2

Les critères de fiabilité (15 min.)

Document-élève : activité 2

Une fois que les différentes sources d'information ont été identifiées, il est intéressant de se demander ce qui fait que l'on a plus confiance en l'une qu'en l'autre. À cet effet, nous allons tenter d'identifier les critères de fiabilité d'une information, particulièrement quand elle est produite sur Internet.

1. Diviser le groupe en 3 équipes et proposer une activité ludique (type « chabadabada ») : chaque équipe liste sur papier, pendant 1 minute (top chrono!), le plus de critères possible qui indiquent au lecteur si une information (journalistique ou citoyenne) est plus ou moins fiable. Après une minute, lancer le jeu : chacune à son tour, les équipes citent un critère. La première équipe qui n'a plus d'idée perd le jeu.
2. Au fur et à mesure du jeu, l'enseignant (ou un secrétaire) liste les critères au tableau. Il est évident qu'un même critère ne peut pas être cité 2 fois.

Pour aller plus loin, l'enseignant peut partager avec chacun des groupes un article d'un journal en ligne afin de susciter les idées.

http://geeko.lesoir.be/2015/08/20/victime-de-la-foudre-le-data-center-montois-de-google-aurait-perdu-des-millions-de-donnees/?_ga=1.117112454.1457788012.1439895231

<http://www.fondation-nicolas-hulot.org/magazine/cop-21-quels-enjeux>

<http://www.ledauphine.com/savoie/2015/08/19/plusieurs-attaques-de-loups-ces-derniers-jours>

Exemples de critères de fiabilité

- auteur : identification, valeur pour la thématique concernée, connaissances, histoire
- intentions de l'auteur, pourquoi a-t-il publié cette info? (intérêt commercial, religieux, historique, culturel, philosophique)
- date de publication : récent (à l'échelle de l'info)
- site qui propose l'information : valeur, sérieux
- commentaires des lecteurs : pertinence, appréciation
- origine géographique (si pertinent)
- sources (bibliographie)
- liens présents dans le texte
- contexte (pourquoi l'info est-elle sortie à ce moment-là?)
- nombre de partages
- contenu : compréhension, niveau de complexité, nouveauté, risque de plagiat
- forme : présentation, lisibilité, orthographe, images, etc.
- citations
- d'autres médias en parlent, etc.

ACTIVITÉ

3

La fiabilité des journalistes (60 min.)

Document-élève : activité 3

On imagine facilement les raisons pour lesquelles une information produite par un quidam en ligne pourrait ne pas être correcte. Il est moins facile d'imaginer que les informations disponibles sur des sites « officiels » d'actualités journalistiques pourraient également être inexactes.

L'intérêt de cette activité est de comparer le traitement de l'information d'une rédaction à l'autre et d'identifier les moyens mis en place par les journalistes pour donner le plus d'informations possible tout en restant le plus correct possible.

Il est intéressant de mettre cela en parallèle avec les critères de fiabilité identifiés dans l'activité précédente afin de cerner les problèmes rencontrés par les rédactions.

1. Expliquer aux élèves que « Le moment le plus délicat de notre consommation d'information consiste dans notre tentative de donner du sens à ce qui s'est produit quelques minutes après un événement de grande ampleur (une catastrophe naturelle, une attaque terroriste, un accident, un crime, etc.). Ces événements captent l'attention de nombreuses personnes, augmentant par là même le risque de circulation de fausses informations et de rumeurs. » (cfr. article-support).
2. Diviser la classe en sous-groupes de 5 élèves environ et leur proposer de se mettre dans la peau de journalistes travaillant pour la presse traditionnelle en ligne. À chaque groupe, demander de couvrir un fait d'actualité brûlante afin de publier un texte concis à échéances définies :
 - après 5 minutes (Temps 1 : 5 lignes),
 - après 15 minutes (Temps 2 : 15 lignes)
 - après 20 minutes (Temps 3 : 10 lignes).

Un même fait d'actualité sera proposé à deux groupes afin de pouvoir comparer le traitement des informations. Il leur sera demandé d'être le plus précis, complet et intéressant possible pour être choisi par les lecteurs potentiels.

Exemples : faits d'actualité brûlante en trois temps**A. Une tornade à Durbuy**

1. Temps 1 : Une tornade inattendue, inexpliquée et très localisée ravage en ce moment même la ville de Durbuy. Les journalistes de La Capitale, localisés à Bruxelles, doivent couvrir l'événement.
2. Temps 2 : Toutes les antennes GSM autour de la plus petite ville de Belgique ont été arrachées, les câbles de téléphone ont été détruits. Une rumeur circule : il y aurait plusieurs morts et des centaines de blessés. Les secours sont en route.
3. Temps 3 : la 3G fonctionne toujours via les satellites. Les journalistes de « La Capitale » ont réussi à contacter via Facebook un ado habitant Durbuy qui confirme qu'il y a eu une tornade soudaine, mais que tout est à présent rentré dans l'ordre et qu'il n'y a que 4 blessés légers sur toute la commune. L'ado envoie quelques photos impressionnantes et un selfie de lui-même tout souriant.

B. La reine Mathilde est enceinte de son 5e enfant

1. Temps 1 : La princesse Élisabeth, à l'école, aurait informé ses meilleures copines du fait que sa maman, la Reine Mathilde, était enceinte pour la 5e fois. Parmi ses amies, Jeanne est la fille d'une journaliste de La Libre et informe directement sa mère par SMS.
2. Temps 2 : Les services de presse du palais royal, contactés par téléphone par les journalistes de La Libre ne veulent pas faire

de commentaire et indiquent qu'il s'agit de la vie privée du Roi et de la Reine.

3. Temps 3 : La Reine, via un tweet, confirme à tous ses contacts qu'elle est enceinte de jumeaux qui arriveront dans 6 mois. Il s'agit d'une fille et d'un garçon.

1. Temps 1 : une femme de 45 ans aurait perdu tous ses cheveux d'un coup après avoir mangé un hamburger dans un restaurant d'Arlon. Les journalistes de Top Santé envoient directement leur correspondante qui habite la région afin de vérifier l'information auprès du restaurant « La bonne fourchette ».

2. Temps 2 : Alexandra, la journaliste arlonaise a pu rencontrer en urgence la personne qui a perdu ses cheveux. Elle a effectivement mangé le midi même dans un restaurant à Arlon, mais ne sait pas si c'est la cause exacte de sa calvitie soudaine. Pendant ce temps, les journalistes de Top Santé préparent rapidement quelques lignes sur la calvitie précoce chez les femmes de moins de 50 ans.

3. Temps 3 : Le médecin de la femme de 45 ans, interrogé par Alexandra directement après la consultation, confirme que le restaurant n'est pas du tout en cause, mais qu'il s'agit du shampoing aux œufs et à la cendre de barbecue que la femme avait testé le matin même qui était la cause de la perte des cheveux.

ACTIVITÉ

4

Hoax ou information ? Le cas des « infaux » (50 min.)**Document-élève : activité 4**

À la lecture d'un article de presse satirique, identifier collectivement les caractéristiques de l'écriture d'un article de presse en ligne (<http://www.legorafi.fr/2015/08/19/passage-pieton-un-feu-bloque-au-rouge-oblige-un-joggeur-a-faire-du-sur-place-pendant-36-heures/>) ainsi que les indices de la présence d'un « infaux ».

Présenter aux élèves un certain nombre d'articles « classiques » et d'articles satiriques et proposer aux élèves de les trier correctement. Les articles sont facilement trouvables sur www.legorafi.fr, norpresse.be, bilboquet-magazine.fr

Exemple de gestion de l'information

Forme	Présentation du site, présentation de l'article, titre, paragraphes, etc.
Fond	Rédaction du titre, utilisation des citations et interview, lien avec d'autres articles connexes, utilisation de nombreux détails (lieux, âge, nom, etc.), référence à un expert (Ministère de la Jeunesse et des Sports)
Indices	Pas de signature, thématique absurde, pas de source, connaissance du site, recours à des stéréotypes forts et à des lieux communs largement partagés par la population

**LA DÉSINFORMATION SUR INTERNET**

Il existe plusieurs types de « désinformation » sur Internet. Elles peuvent généralement être de deux types :

1. Les désinformations volontairement piégeantes, qui tentent de se faire passer pour de vraies informations (hoax),
2. Les désinformations humoristiques, voire satiriques, qui jouent sur les codes de l'information pour divertir le public tout en assumant leur caractère d'« infaux ».

La seconde catégorie est de plus en plus connue, notamment avec des sites tels que le *Gorafi*, *Nordpresse* ou encore *Bilboquet Magazine*. Ils fleurissent également dans les pays anglo-saxons.

Analyser les articles de ces sites satiriques permet d'avoir un bon aperçu de ce qui fait habituellement la recette d'un article de presse en ligne.

ACTIVITÉ

5

Hoax ou information ? La désinformation volontaire (50 min.) Document-élève : activité 5

Proposer aux jeunes de créer leur propre Hoax — ou désinformation — qui regroupera plusieurs des critères de fiabilité de l'information (tournés négativement, évidemment). Ces critères sont présentés lors de l'activité 2 de cette même fiche.

Quand tous les élèves ont terminé leur « hoax », faire tourner les papiers et proposer à chacun de deviner dans l'article d'un autre jeune les « pièges » liés aux critères de fiabilité.

Exemple de piège que pourraient utiliser les élèves

un article daté de 1993 où l'auteur, parfait inconnu de 13 ans, explique avec beaucoup de détails quels sont les pays faisant partie de l'Union européenne.

FACE À L'INFORMATION SUR INTERNET ?

De nombreux sites en ligne se proposent de faire un prétravail d'évaluation de la fiabilité d'informations circulant sur la toile. Il s'agit de sites tels que :

- Hoaxbuster.com
- Hoaxkiller.fr
- etc.

Ils sont fiables et permettent en un coup d'œil de vérifier une information avant, par exemple, de la relayer sur les réseaux sociaux.

En effet, si les internautes, à l'ère de l'Internet 2.0, ont le pouvoir de consommer, mais aussi de produire du contenu en ligne, ils sont aussi capables de relayer, commentaire,

« upper », transmettre une information très facilement grâce à de nombreux outils (réseaux sociaux, plateformes de partage numérique, outils de curation, gestionnaires de favoris, blogs et pages personnels, etc.).

L'information, via ces canaux, se dédouble, voyage, s'appauvrit ou se renforce, est agrémentée de détails supplémentaires ou est au contraire débarrassée de parties superflues. Elle devient alors difficile à sourcer. L'auteur est quasiment impossible à identifier et l'information, forcément, extrêmement difficile à vérifier. Il est donc indispensable d'adopter quelques réflexes en amont.

Les réseaux sociaux