DOSSIER 1 : CAPACITÉS D'ENQUÊTE EN LIGNE

CRITIQUE DE L'INFO

L'OUTIL ULTIME

ACTION MÉDIAS JEUNES

CONTEXTUALISATION

Face à la masse gigantesque de contenus vrais ou faux sur Internet, ***comment faire le tri efficacement ?*** Comment ***éviter de gaspiller du temps*** à tout vérifier systématiquement ? Comment ***éveiller la prudence rapidement*** face aux contenus douteux ? Comment distinguer les documents dont l'intention est davantage de convaincre voire tromper leur audience que de les informer honnêtement ? Quels sont les outils critiques, enfin, pour ***enquêter en profondeur ?***

Toutes ces questions témoignent de l'utilité de disposer de repères concrets pour ***devenir de véritables enquêteurs.*** Au lieu d'édicter aux élèves des listes interminables et sans doute peu pertinentes de sources fiables ou douteuses, nous proposons ici un ensemble d'outils pour ***développer leurs attitudes critiques.***

Il y a un grand consensus sur l'importance de développer l'esprit critique des jeunes. Dans ce parcours, nous quittons les grands poncifs et traduisons cet objectif en ***méthodes d'analyse super concrètes !***

OBJECTIFS

• Aborder ***l'UAA 1 référencée dans les Compétences terminales et savoirs requis en Français***. Dans le troisième degré, il est préconisé de naviguer dans un support multimédia et/ou hypermédia afin de sélectionner des documents exploitables et vérifier leur pertinence, leur adéquation à l'objet de la recherche. Pour ce faire, se poser la question de la fiabilité du document s'impose.

• Se poser ***la question de ses propres usages*** en terme de recherche d'information sur Internet et entrer dans une démarche méta, y compris en se posant des questions sur la recherche "en train de se faire" et des enjeux que cela implique.

• Mettre l'accent sur ***l'importance de la réflexivité*** en prévoyant des temps de questionnement sur les démarches de pensée et d'action mises en œuvre, comme le préconise l'UAA 0.

• ***Partir d'exemples concrets pour s'exercer aux deux vitesses de la pensée*** et confronter les apprentissages au point de vue d'un expert via la capsule vidéo du Youtubeur d'Hygiène Mentale.

• Aboutir à une réflexion plus large à propos de la ***désinformation***.

1.1. COMMENT ÉVITER DE PERDRE DU TEMPS AVEC DES INFORMATIONS PEU FIABLES ?

Selon Kahneman, la pensée fonctionne en deux vitesses, l'une "rapide" et l'autre plus "lente".

En l'occurrence :
- Le ***système 1*** est plus automatique, intuitif, instinctif, voire émotionnel.
- Le ***système 2***, quant à lui, est plus analytique, souvent convoqué dans des situations plus complexes. Il est aussi plus "lent" et implique un effort, de la concentration, etc.

Dans de nombreuses situations du quotidien, notre pensée fonctionne selon le système 1, c'est-à-dire selon des routines, des habitudes, des automatismes. Nous n'appliquons pas une analyse complexe à chaque information que nous consultons : ce serait fastidieux et illusoire!

De ce constat, nous retenons que pour trier les informations, nous avons besoin :
- à la fois d'outils qui nous permettent ***de nous faire rapidement une première opinion*** (système 1). Il s'agit au minimum ***d'éveiller le doute face à des sources en apparence peu fiables,***
- et d'outils qui nous permettent ***d'évaluer en profondeur la fiabilité d'un document*** (système 2).

Sur base de cette distinction, nous invitons à prendre le temps et à aller plus loin que nos automatismes.

► ACTIVITÉ

Visionner Hygiène Mentale (Christophe Michel), Les deux vitesses de la pensée , YouTube, 2017 : https://bit.ly/2EvKiel

Dans cette vidéo, le vidéaste Christophe Michel nous présente la thèse des "deux vitesses de la pensée" élaborée par Daniel Kahneman. Aborder cette vidéo constitue une illustration concrète du principe des deux vitesses de la pensée.

À RETENIR

- Nous pouvons nous faire une première opinion rapidement quant à un document. Celle-ci est limitée et grossière, en surface.
- Une manière pertinente d'utiliser ce mode de pensée rapide consiste à suspendre son jugement tant qu'une analyse plus profonde n'est pas réalisée par rapport à des sources en apparence peu rigoureuses.
- Pour approfondir l'évaluation de la fiabilité d'un document, cela nécessite une analyse plus longue.

1.2. COMMENT SE FAIRE UNE PREMIÈRE OPINION RAPIDE SUR LA FIABILITÉ D'UNE SOURCE ?

INDICATEURS ET OUTILS DE "PENSÉE RAPIDE"

Le temps et l'attention que nous pouvons allouer à l'évaluation de l'information sont des ressources limitées. Même des professionnels de l'information et de la documentation ne disposent pas toujours des moyens d'investiguer correctement les contenus auxquels ils sont confrontés, alors qu'ils disposent pourtant des outils pour le faire. Il se peut aussi que certains contenus soient trop techniques ou complexes pour pouvoir enquêter à leur sujet.

Bref : ***enquêter demande du temps et des ressources***, parfois importantes, et nous n'en disposons pas toujours.

Il existe des routines et indicateurs qui peuvent, si pas nous renseigner sur le degré précis d'exactitude d'un document, au moins ***nous informer sur sa fiabilité "à première vue"***. Généralement, cette démarche va surtout permettre de disqualifier des sources manifestement peu rigoureuses.

Les critères suivants ne représentent pas une liste exhaustive, et ils ne donnent pas une garantie de la véracité d'un contenu, mais ils permettent de s***e faire une première idée globale*** avant d'éventuellement poursuivre l'enquête.

Nous sommes en effet souvent contraints de devoir déléguer notre confiance et donc de croire des tiers "sur parole" ! Néanmoins, ***avant de choisir de les croire ou non, il y a quelques précautions d'usage qui peuvent éveiller notre vigilance.***

De manière générale, la question à se poser est : "***quels sont les éléments que me donne l'auteur du document pour que je puisse lui accorder ma confiance ?***"

"QUI ?" INCONNU OU MANQUANT DE TRANSPARENCE

De ce fait, la ***présence d'un ou plusieurs auteurs identifiés clairement et de manière transparente*** est un élément important. Il ne s'agit pas tant qu'il y ait d'office un nom et un prénom (certains auteurs sont anonymes sur Internet, ou écrivent pour un collectif ou une agence, etc.), mais d'informations sur "***qui***" est derrière le document. S'agit-il d'un ou d'une expert ou du domaine ? Quels éléments me donne-t-il/elle pour lui faire confiance ?

En effet, puisque nous n'avons pas nécessairement les ressources pour enquêter nous-mêmes, nous devons nous fier à ce que d'autres nous racontent. Il faut donc que nous disposions d'éléments qui nous aident à savoir si l'on peut leur faire confiance ou non.

De manière générale, l***e fait qu'un auteur ne se présente pas clairement doit éveiller la méfiance***. Lorsque le "qui" est flou, peu ***transparent***, pourquoi lui ferions-nous confiance ? Avant même d'avoir "enquêté" en profondeur, constater qu'un auteur donne plus ou moins d'informations sur lui ou elle peut déjà suggérer qu'un document n'est pas très fiable. Faites-vous confiance à une source inconnue ?

+ LOIN

Cf. aussi la cas particulier de Wikipédia ***1.6.1. Prolongement : quelle place accorder à Wikipédia à l'école ?***

PRÉSENCE DE CONTENUS FAUX

Un autre élément assez simple d'application consiste à appliquer le raisonnement suivant : ***s'il y a des erreurs "debunkées"*** (contredites par ailleurs, par un autre site) qui n'ont pas été corrigées dans un document ou sur le site qui l'accueille, alors cela doit susciter la méfiance. En effet, cela signifie que la fiabilité d'un contenu est secondaire pour son auteur.

Autrement dit, le simple fait que l'auteur du document le diffuse au milieu de contenus faux n'invite pas à lui faire confiance ! Si une chaîne YouTube ou un site diffusent des vidéos ou des articles avec des erreurs, et laissent subsister ces erreurs, alors c'est qu'ils n'ont pas la ***véracité comme 1er critère*** et doivent dès lors susciter la méfiance.

TITRAILLE "PIÈGE À CLIC"

Sur base d'un titre, nous pouvons d'ores et déjà observer si une source cherche davantage à nous faire cliquer coûte que coûte ou à nous informer de manière rigoureuse. On appelle "clickbait" ou "piège à clic", un titre qui cherche à susciter le clic à tout prix.

ACTIVITÉ

Transformer des titres sérieux en titres "piège à clic".

1. Demander aux élèves ce qu'est un titre "piège à clic"et repérer leurs caractéristiques (d'après leurs connaissances ou après une rapide consultation de médias en ligne) .

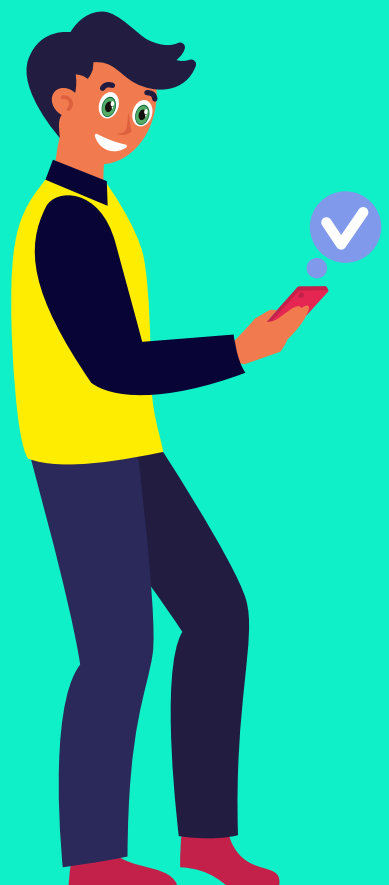
Voici quelques éléments de réponses pour vous guider

"Piège à clic": Plus connus des élèves sous l'appellation "putaclic", ces titres qui ont pour ambition de vous inciter à cliquer sur ce contenu plutôt qu'un autre.

Caractéristiques générales:

- Viser la simplicité, aller droit au but et faire des phrases courtes.
- Transformer l'ordinaire en extraordinaire: choisir un angle inattendu pour rendre la nouvelle "croustillante".
- Chercher à provoquer une émotion chez le lecteur : la surprise, la colère, la peur, la curiosité.
- Dissimuler volontairement une information cruciale.
- Choisir des débuts de phrase accrocheurs. Par exemple : Impressionnant ! Incroyable ! Arrêtez tout ! Effrayant ! Waouh ! OMG !
- Faire des classements ou des listes.

(Remarque : par "sérieux", nous entendons "sobre", "neutre émotionnellement".)



2. Proposer des titres "sérieux" dans l'actualité et demander d'élaborer leur équivalent "piège à clic", dans le but d'inciter le lecteur à cliquer.

ASTUCE : Utiliser ce générateur de titres "piège à clic" : ***https://bit.ly/2Qrzu3l***

Exemple:

Titre "sérieux"	***Titre "piège à clic"***
Une plainte déposée contre Nestlé pour forages illégaux dans les Vosges	Stupéfiant! Une marque très connue saccage une montagne! Ça fait peur…
En France, en 2019, on a constaté que moins d'un enfant sur 200 est scolarisé à la maison.	Toi aussi tu en as marre de l'école ? Découvre comment rester chez toi…
Deux fois plus d'embouteillages en Belgique en 2019 qu'en 2018	10 raisons pour lesquelles vous devriez abandonner votre voiture !

Repérer un événement de l'actualité et regarder comment le traitent différents médias au niveau des titres. Lesquels donnent envie de cliquer? Lesquels peuvent être qualifiés de "pièges à clic" ?

Proposition de variante : ajouter des jaquettes "putaclic" à des classiques de la littérature. Inspiration : ***https://bit.ly/2D4l8Tj***

Titre original	***Jacquette "piège à clic"***
Roméo & Juliette	"Il trouve sa copine morte. Sa réaction va vous émouvoir."
Phèdre	"Ivre, une mère fait des avances à son beau-fils. Sa réaction va vous surprendre."
Voyage au centre de la terre	"Les scientifiques n'auraient jamais imaginé trouver ça sous nos pieds"

INDICATEURS DE VOLONTÉ DE PERSUASION

Enfin, un dernier élément pour se faire un avis rapide sur un document consiste à ***vérifier la présence d'intérêts de persuader le public*** (idéologie, militantisme, publicité/intérêts économiques…) sur une ou plusieurs questions bien spécifiques. Ces éléments informent sur le fait que la fiabilité n'est pas la valeur première dans la conception du document. Dans ce cas, sans faire une enquête approfondie, cela doit éveiller la vigilance par rapport au contenu du document.

ACTIVITÉ

Lire l'article d'un site qui se présente comme un site d'information et repérer la présence d'éléments qui montreraient une volonté de persuasion [1].

Article : ***https://bit.ly/2SLmF59***

OUI	NON	
☐	☐	• L'auteur cherche à provoquer des émotions comme la peur ou le doute ?
☐	☐	• L'auteur utilise des rumeurs, des idées populaires que tout le monde peut reconnaître ?
☐	☐	• L'auteur attaque ou ridiculise ses adversaires ?
☐	☐	• L'auteur est volontairement ambigu de manière à pousser le spectateur à tirer des conclusions à partir de peu d'informations ?
☐	☐	• L'auteur satisfait le spectateur en lui fournissant des solutions et des explications faciles à comprendre ?
☐	☐	• L'auteur laisse entendre l'existence de mystères, de faits ou d'intentions cachées, ou encore d'intérêts privés ?
☐	☐	• L'auteur est volontairement "savant" et obscur (il utilise un vocabulaire technique, à l'apparence précis et fait en sorte d'être difficile à comprendre) ?
☐	☐	• L'auteur utilise images et autres supports pour altérer les faits (images truquées, hors propos, hors contexte...) ?

[1] Grille reprise à la Fondation Lamap : ***https://bit.ly/3i1kw05***

SE FIER À D'AUTRES

Comme nous l'avons dit précédemment, nous ne disposons pas toujours des ressources pour vérifier nous-mêmes les informations.

Par conséquent, ***nous devons déléguer*** cette tâche, et donc faire confiance à d'autres personnes ou institutions.

Pour ce faire, il faut qu'elles répondent aux critères précédemment cités, et donc qu'elles ***se présentent avec transparence***, qu'elles démontrent leur ***capacité à corriger*** des contenus fallacieux et enfin qu'elles montrent leur ***indépendance*** par rapport à d'autres objectifs que celui de la fiabilité de l'information.

Certains sites, journalistes ou individus se spécialisent dans le "fact-checking", c'est-à-dire la vérification des informations. Si ces initiatives sont loin d'être parfaites et de faire l'unanimité, nous pouvons toutefois citer les acteurs suivants :

- Les Décodeurs (Le Monde) : ***https://bit.ly/2YH41yF***
- Check News (Libération) : ***https://bit.ly/3nJE784***
- Vérifié (Buzzfeed) : ***https://bit.ly/2QwY7eZ***
- Hoaxbuster : ***https://bit.ly/3ln5MKR***
- Debunkers de Hoax : ***https://bit.ly/3hxSj0w***
- Hoax Net (sur Facebook) : ***https://bit.ly/3gAiPFo***

+ LOIN

Pour une critique argumentée des initiatives de fact-checking voir ***Lecomte, J., "Le Decodex, un outil pertinent face à la désinformation et aux mensonges sur le web ?", Philomedia.be, 2017 : https://bit.ly/3lnuo6n***

✱ ACTIVITÉ

Organiser la venue d'un·e journaliste en classe

On a pu voir que les médias classiques n'étaient pas à l'abri d'erreurs. De nombreux facteurs peuvent expliquer les dysfonctionnements observés : complexité croissante du monde dans lequel on vit, impératifs économiques des médias (voir parcours 3.), explosion des sources et des points de vue depuis que tout un chacun peut participer à la production de l'information et couvrir des événements grâce à son téléphone, etc.

Pour quelles raisons devrait-on accorder plus de confiance aux médias "traditionnels" employant des journalistes qu'à des sites d'information amateurs dès lors que les premiers se trompent aussi ?

Pour répondre à cette question essentielle et aux nombreuses autres questions que se poseraient les élèves, l'Association des Journalistes Professionnels propose l'activité "Journaliste en Classe" : ***https://bit.ly/3nGnMky***

HIÉRARCHIE DES SOURCES / DES PREUVES + "LES EXPERTS"

En l'absence de temps pour juger de la fiabilité d'un document, il est important de se faire une opinion rapide quant à l'expertise de son auteur. Il ne s'agit pas de faire de l'argument d'autorité en disant par exemple que seules les revues scientifiques sont fiables. Néanmoins, l'idée est de s'interroger sur la légitimité des sources et des preuves d'un document. En tout cas, si le document est flou ou lacunaire quant à ses preuves, ceci doit inviter à douter de sa fiabilité.

▶ ACTIVITÉ

La Tronche en Biais, "La 'vérité' scientifique – Le Point dans la Tronche #2", Youtube, 2015 : https://bit.ly/32ycYev

Reconstruire l'échelle des 8 niveaux de preuves proposée par La Tronche en Biais.

1. La rumeur
2. Le témoignage
3. L'anecdote
4. La sagesse populaire
5. L'opinion d'un groupe de personnes
6. L'expertise
7. La publication scientifique
8. Le consensus scientifique

Proposer ensuite un sujet d'actualité aux élèves (de préférence un sujet sur lequel on puisse trouver de l'information scientifique). Demander aux élèves de trouver sur ce sujet 3 sources de niveaux d'échelle différents dans la hiérarchie énoncée dans la vidéo: une publication scientifique ou une méta-étude (niveaux les plus haut), l'opinion d'un groupe de personnes ou un avis d'expert (niveau intermédiaire), une rumeur, un témoignage ou une anecdote (niveau le plus bas).

Exemple de sujet à proposer : méthode Shettles ou comment choisir le sexe de son enfant qui est traité dans la vidéo de Mr. Sam, "Comment facilement vérifier une info ? – vprq #6", YouTube, 30 janvier 2020 : ***https://bit.ly/2D7lZCQ***

À RETENIR

Auteur clairement identifié, transparence	Oui – Non. Si non : prudence.
Présence d'erreurs flagrantes dans le document ou autour du document	Oui – Non. Si oui : prudence.
Titre "piège à clic"	Oui – Non. Si oui : prudence.
Indicateurs d'une volonté de persuasion manifeste	Oui – Non. Si oui : prudence.
Avis de tiers experts concernant le document ou son sujet, fact-checking	Présence d'avis en sa défaveur : prudence.
Hiérarchie des types de sources Le "type de preuve" témoigne-t-il d'une expertise faible ou floue ? 1. La rumeur 2. Le témoignage 3. L'anecdote 4. La sagesse populaire 5. L'opinion d'un groupe de personnes 6. L'expertise 7. La publication scientifique 8. Le consensus scientifique	Oui – Non. Si oui : prudence.

ACTIVITÉ

Activité de création d'un tuto sous forme de Story (Instagram, Snapchat ou un autre réseau social) qui donne des conseils concrets compilés par les élèves pour mettre en avant les éléments les plus saillants qui doivent pousser à allumer le voyant "méfiance" face à une info "bancale".

Liste non exhaustive d'éléments qui peuvent apparaître dans le tuto :

- L'auteur du document n'est pas clairement identifié
- Le document ou le support sur lequel il est diffusé contiennent des contenu manifestement faux
- Le document a déjà été débunké par un média de fact-checking professionnel
- La titraille du document est un "piège à clic"
- Le document a pour objectif premier de persuader et non d'informer le public
- D'autres personnes, des experts, invitent à se méfier de ce document
- L'expertise de l'auteur est floue ou lacunaire

1.3. COMMENT DISTINGUER LES SOURCES DONT L'OBJECTIF EST DAVANTAGE DE CONVAINCRE QUE D'INFORMER ?

INFORMER VERSUS CONVAINCRE

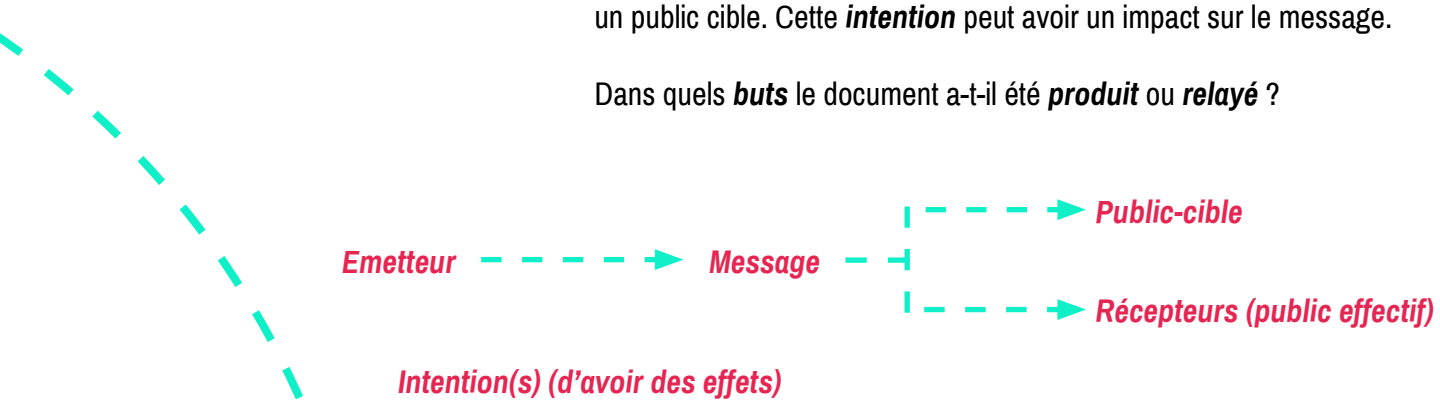
Les outils de "pensée rapide" tels que nous venons de les partager sont utiles pour se faire une première opinion quant à des documents, et ***principalement lorsqu'il s'agit de disqualifier certains d'entre eux***.

Néanmoins, bien souvent, ***se faire une opinion quant à la fiabilité d'un document nécessite d'aller plus en profondeur dans l'analyse***, et notamment de se poser la question des intentions des personnes qui ont produit ou relayé une information.

LA QUESTION DES INTENTIONS

Un message est toujours le fruit d'une ou plusieurs intentions de communication. L'émetteur du message vise toujours à avoir un effet sur un public cible. Cette ***intention*** peut avoir un impact sur le message.

Dans quels ***buts*** le document a-t-il été ***produit*** ou ***relayé*** ?



Le ***militantisme*** illustre cela. Un ***militant*** est une personne "qui agit pour faire reconnaître ses idées, pour les faire triompher" [2]. Pour certains militants, tous les moyens sont bons pour faire triompher une idée, y compris le recours à des éléments faux ou biaisés.

Autrement dit, le fait de vouloir ***convaincre*** peut aller jusqu'à une déformation du message.

Le fait de ***vouloir informer*** sans but conscient de tromper n'est pas garant à lui seul de la fiabilité des informations. Personne n'est à l'abri d'une erreur de bonne foi. Néanmoins, s'interroger sur les intentions plus ou moins informatives d'un document peut nous donner des indicateurs de cette bonne foi.

[2] Cf. CNRTL, Militantisme : ***https://bit.ly/2F4taw7***

PRÉTENTION DE DIRE DES "FAITS" VERSUS "OPINIONS" ET JUGEMENTS DE VALEUR

En journalisme, on distingue communément les "faits" et les "opinions".

Les ***faits*** sont relatifs à ce qui est ***vérifiable*** "objectivement". Il est possible d'enquêter afin de vérifier s'ils se sont bien déroulés comme ils sont racontés.

Les ***opinions*** sont quant à elles subjectives, elles traduisent un engagement personnel de leur auteur, souvent connoté au niveau des ***valeurs***, de la morale ("bien" - "mal").

On reconnaît les opinions grâce aux mots utilisés, par exemple : l'expression de jugements explicites ("bon ", "mauvais", "mal", "bien", "gentils", "méchants", "horreur"…), l'usage d'adjectifs ou d'adverbes qui colorent les phrases, etc.

Tout ce qui n'est pas "mesurable" objectivement relève plutôt de l'opinion que de la description factuelle. Ainsi, dire qu'une personne est "grande "est moins factuel que de dire qu'elle mesure deux mètres.

En philosophie, la distinction entre "faits" et "opinions"est largement remise en cause. De fait, dès lors que nous observons quelque chose, nous l'appréhendons en fonction d'un point de vue (ou un angle) particulier, à travers des dispositifs particuliers (nos cinq sens, notre langage, nos médias…). Nos ***représentations*** du monde sont toujours empreintes d'une forme de "subjectivité", de "Jugement". Le monde réel est "objectif", mais dès lors que nous en parlons, nous engageons la subjectivité humaine, même si nous tâchons de le décrire de la manière la plus fidèle possible. En toute rigueur de termes, plutôt que de parler de "faits" et "opinions", nous trouvons plus adéquat de parler de différence entre ***discours à prétention descriptive et discours à prétention normative / évaluative***. Le discours qui se veut descriptif a l'intention d'informer sur le monde, de lui correspondre, tandis que le discours normatif ou évaluatif porte un jugement moral sur ce monde.

Faits	***Jugements***
États du monde, objets du monde, phénomènes du réel	Discours, opinions, pensées, interprétations, évaluations, prescriptions normatives

Or, dès lors qu'un sujet perçoit, sélectionne, (se) représente le monde, on peut considérer qu'il y a jugement.

Faits	*Jugements descriptifs*	*Jugements normatifs*
États du monde, objets du monde, phénomènes du réel	Discours / pensées / représentations qui correspondent ou non au réel Ø Vrais ou faux	Discours, pensées, évaluations et prescriptions normatives Ø Bien ou mal

À noter enfin que la tension entre des jugements qui se voudraient "purement descriptifs" et d'autres "purement normatifs" est elle-même sujette à débats.

On peut dès lors dessiner un continuum entre les discours à prétention descriptive et les discours à prétention normative.

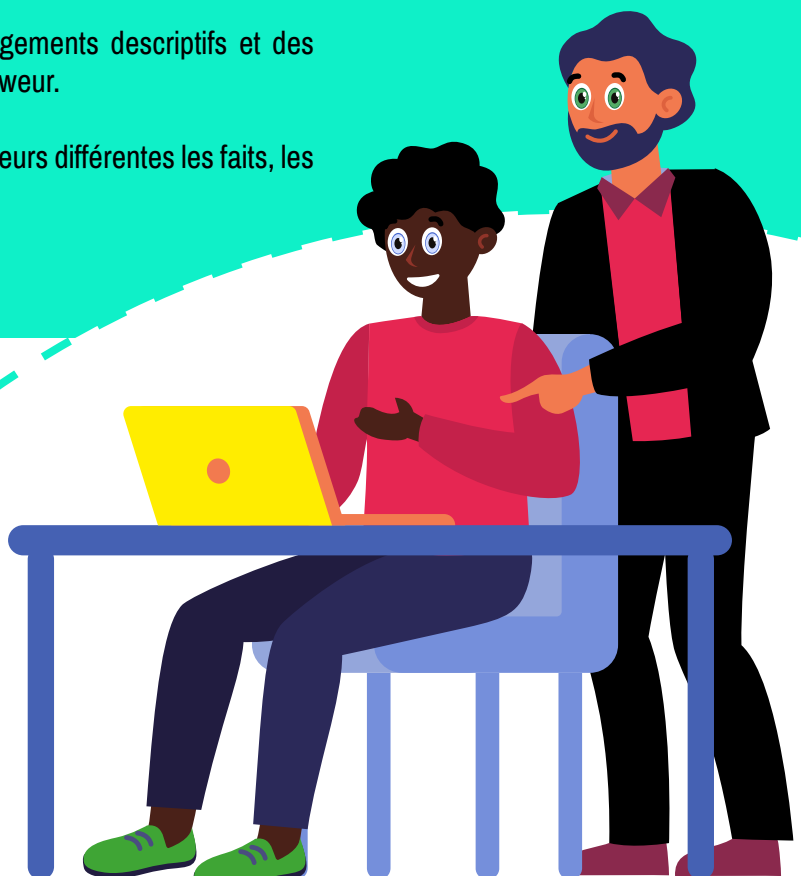
"Il est vraiment très laid parce qu'il est trop grand"	"Il est grand"	"Il mesure deux mètres"
Très normatif / évaluatif	***Normatif / évaluatif***	***Descriptif***

▶ ACTIVITÉ

Regarder la vidéo Le Média pour tous, "La Japan Expo – Les reportages de Vincent Lapierre", YouTube, 9 décembre 2018 : https://bit.ly/32F1HJM

Demander aux élèves d'identifier des faits, des jugements descriptifs et des jugements normatifs dans les questions de l'intervieweur.

Variante : proposer un article et surligner dans 3 couleurs différentes les faits, les jugements descriptifs et les jugements normatifs.



NEUTRALITÉ ET SÉLECTION DE L'INFO

Un discours, même très descriptif, n'est jamais "***neutre***".

Un discours peut renfermer des opinions implicites, par exemple. Aucun jugement n'est émis dans le discours, mais il est susceptible d'orienter néanmoins l'opinion par les faits qui y sont décrits. Ainsi, la ***sélection des faits*** n'est pas un acte anodin. Le simple ***choix des sujets*** et des manières de les traiter implique des formes de choix subjectifs.

Exemples :
• Tel journal fait sa Une tous les midis sur l'immigration : il polarise de facto sa ligne éditoriale sur cette question.
• Lorsque tel titre de presse diffuse un article sur la jeunesse, il le fait systématiquement pour parler de sujets comme les addictions (alcool, drogues…), les jeux vidéo, la violence ou la sexualité. La jeunesse n'est-elle que cela ?
• …

De plus, tous les discours font l'objet ***d'interprétations***. Il y a ce dont ils dénotent, mais il y a aussi toutes les ***connotations*** [3] qui y sont associées. Les publics se réapproprient les énoncés comme ils les entendent, en fonction de leurs propres "lunettes" sur la réalité, en fonction de leurs propres représentations.

Ainsi, même un discours très "neutre", très "descriptif", peut susciter des émotions et des opinions très diverses au sein des personnes qui les reçoivent.

ACTIVITÉ

Proposer un débat autour de la neutralité journalistique.

Les élèves se positionnent plutôt en accord ou plutôt en désaccord avec les propositions suivantes et argumentent leur position.

• Les journalistes ne disent pas la vérité car la vérité n'existe pas
• Pour rester neutres, les journalistes devraient s'en tenir strictement aux faits
• La mission principale du journalisme est de rapporter des faits vérifiés
• Les journalistes ne devraient jamais donner leur avis personnel
• Une information qui n'est pas neutre est une mauvaise information

Pour approfondir le sujet et pouvoir faire des relances dans le débat, lire l'article du philosophe et économiste Frédéric Lordon, "Charlot Ministre de la vérité", 2017, Blog Le monde Diplomatique, ***https://bit.ly/3jodEKp*** Ce dernier s'attaque à l'illusion de la neutralité dans la presse et postule que tout discours est teinté d'idéologie et que les discours considérés comme neutres ne le sont que parce qu'ils reflètent l'idéologie dominante.

[3] Connotation = "Tout ce qu'évoque un mot, une expression, indépendamment de sa signification". ***https://bit.ly/3201Qlz***

À RETENIR

• Un document peut avoir des visées informatives (décrire les faits) et/ou persuasives (intention de convaincre le public, la cible). Dans le second cas, cela invite à la prudence.
• Les faits du monde peuvent faire l'objet de descriptions ou de jugements de valeurs (opinions). Dans le second cas, cela invite à la prudence.
• Même lorsque les faits sont racontés fidèlement, la sélection de l'information n'est jamais neutre.

Forme plutôt ***descriptive*** ou évaluative / ***normative***	Quels sont les jugements descriptifs dans le document ? (exemples ?) Quels sont les jugements de valeur dans le document ? (exemples ?)
Sélection de l'information – "***ligne éditoriale*** "	Quels sont les sujets traités par ailleurs, dans le document ou autour ? Quels sont les sujets récurrents ? Quels choix éditoriaux transparaissent ?

1.4. POUR QUELLES RAISONS RELAYONS-NOUS DES INFORMATIONS FAUSSES ?

LA FIABILITÉ, PAS TOUJOURS LA VALEUR PREMIÈRE DANS LA CIRCULATION DES INFOS

Pourquoi les gens ***produisent-ils ou partagent-ils*** des contenus faux ? Simplement parce que la valeur de vérité ou de fiabilité n'est pas le premier moteur dans le fait de créer des actualités, d'y adhérer, d'y réagir ou de les (re)diffuser.

DÉSINFORMATION OU ERREURS DE BONNE FOI ?

Il faut d'abord distinguer les négligences (erreurs de bonne foi) de la volonté consciente de manipuler (désinformation à proprement parler).

La ***désinformation*** renvoie à l'intention claire de dire quelque chose qui ne correspond pas à la réalité, souvent dans le but de la manipuler (propagande, militantisme, etc.).

Il existe aussi des nombreux cas où des individus (qu'ils soient journalistes ou citoyens) colportent des idées en y adhérant de bonne foi (erreurs de jugements, approximations, etc.). Dans ces cas, on peut parler par exemple de "***mésinformation***" ou encore de "malinformation".

SENSATIONNEL, ÉMOTIONNEL, AMUSANT : "C'EST PEUT-ÊTRE FAUX, MAIS C'EST MARRANT"

Ensuite, les ***émotions*** sont un moteur puissant de partage des informations.

Ce qui nous indigne, nous choque ou nous amuse est plus propice à être partagé.

Un critère important dans la circulation d'une info est le plaisir, le divertissement ou encore les émotions qu'elle suscite.

Le ***sensationnalisme*** fonctionne sur ce principe, en faisant appel à l'émotion, à l'indignation. "Sensationnaliste" n'est pas nécessairement opposé à "informatif" : c'est une question d'intention, de ton, de forme.

C'est la raison pour laquelle nous partageons des contenus comme "les gens intelligents aiment les mojitos" ou "les personnes qui ont un prénom commençant par A sont intenables en soirées". Peu importe que ce soit vrai : c'est "juste pour rire" entre amis, ça nous procure des émotions.

+ LOIN

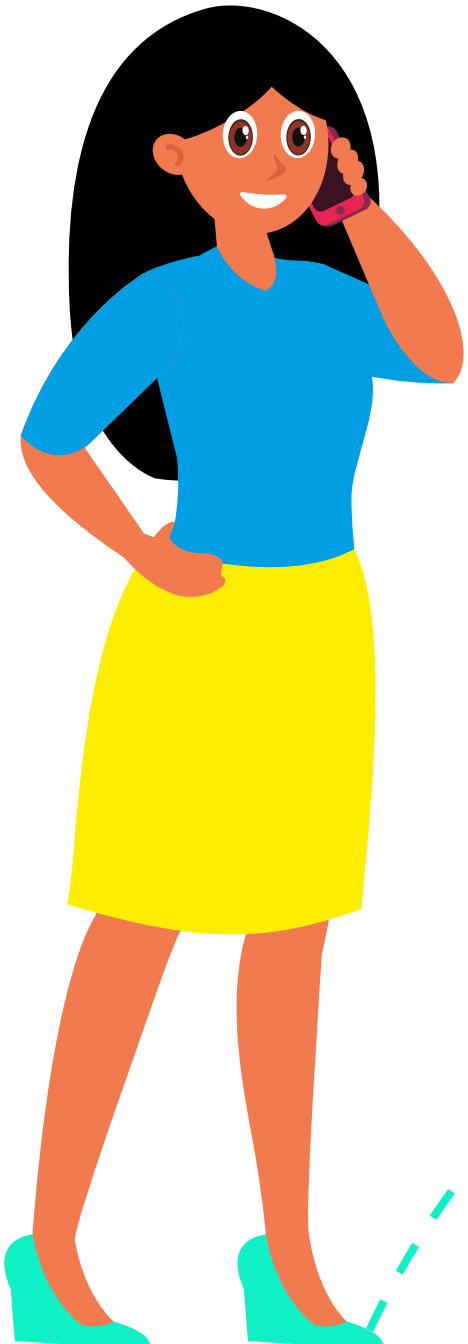
- voir ***1.2. Comment se faire une première opinion rapide sur la fiabilité d'une source ? > Titraille "piège à clic" / 3. Formats et économie des médias***

DANS LE DOUTE : "ON NE SAIT JAMAIS. C'EST PEUT-ÊTRE FAUX, MAIS ÇA PEUT TOUJOURS SERVIR / MIEUX VAUT PRÉVENIR"

Dans un ordre d'idées similaire, parfois, des contenus faux sont partagés "sait-on jamais", parce qu'il se pourrait qu'ils aient un impact sur notre quotidien.

Autrement dit, on imagine qu'ils peuvent avoir une utilité pratique, ou du moins nous apporter du bien-être ou nous éviter une souffrance, par exemple.

Généralement, il s'agit de contenus pour lesquels une expertise nous manque : nous ne pouvons pas vérifier facilement par nous-mêmes l'information. Dès lors, "dans le doute", nous la partageons. C'est le cas des articles à propos des risques supposés des vaccins ou d'une substance chimique, par exemple. Dans le doute, il y aurait peut-être un risque, et donc mieux vaut s'en prémunir.



CELA CORRESPOND À CE QUE L'ON PENSE : "C'EST PEUT-ÊTRE FAUX, MAIS ÇA AURAIT PU ÊTRE VRAI / ÇA SERT NOTRE VISION DU MONDE"

Dans le cas de la désinformation, il y a bien sûr la présence d'intérêts et œillères économiques, idéologiques et politiques.

C'est l'un des biais les plus connus, à savoir le "***biais de confirmation***". Nous avons tendance, statistiquement parlant, à adhérer à des contenus et à les relayer lorsque ceux-ci corroborent nos opinions préalables.

Si une personne estime que l'immigration est un problème, elle a sans doute plus tendance à prendre pour argent comptant un article qui met en avant la criminalité chez des populations d'origine étrangère. Parfois, il s'agit d'une manœuvre consciente : une personne ou une entreprise peut décider de mentir sciemment ou d'occulter la vérité pour protéger ses intérêts.

+ LOIN

- voir ***2.3. C'est quoi un biais et est-ce que c'est un problème ? et 4.3. Les algorithmes peuvent-ils avoir des effets négatifs ?***

SOCIALISATION : "C'EST PEUT-ÊTRE FAUX, MAIS C'EST UN BON SUJET DE CONVERSATION (DANS MES SPHÈRES) / C'EST UN MARQUEUR SOCIAL"

Le fait que l'on partage une actu est un acte fortement connoté en termes de socialisation et de ***positionnement social***.

Pourquoi les articles qui parlent de l'école ou de l'éducation font-ils souvent débat ? Parce que nous avons toutes et tous un mot à dire à leur sujet. C'est un sujet vendeur, parce que tout le monde peut intervenir dans la conversation.

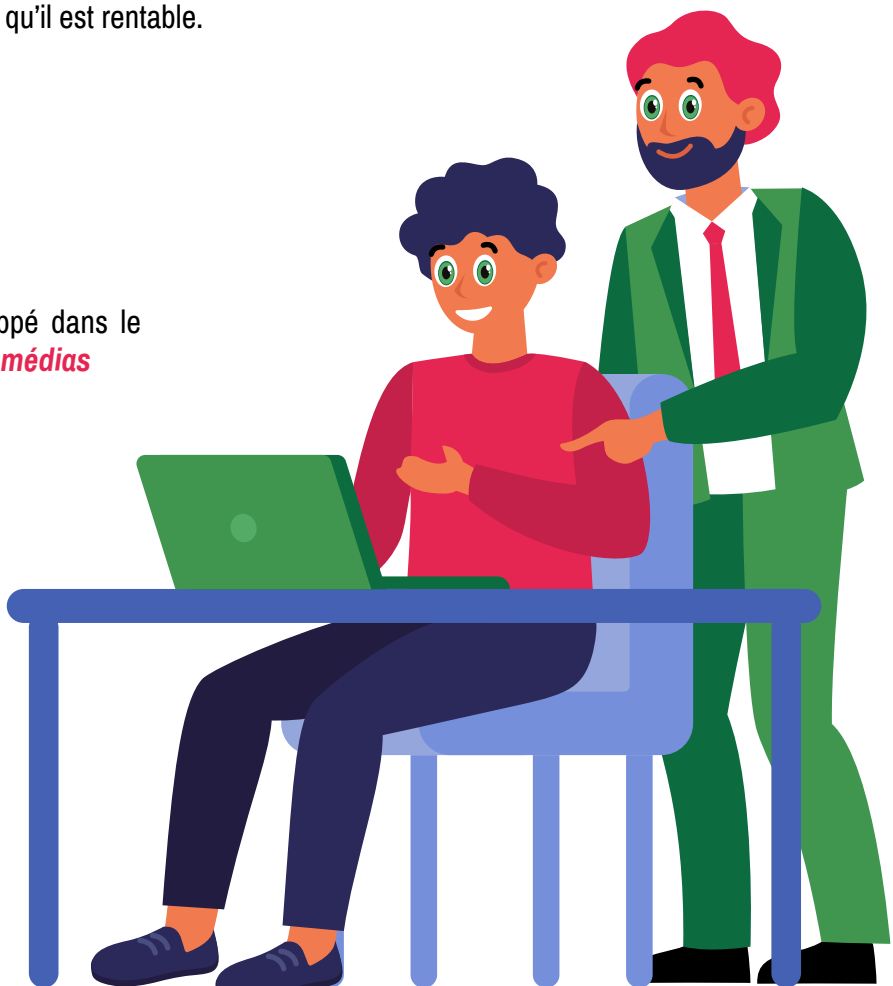
Le fait de critiquer des articles ou d'y adhérer n'est pas toujours le résultat d'un comportement rationnel. Souvent, il s'agit davantage d'une manière de se positionner socialement. Par exemple, quand une personne dit qu'elle rejette les "médias traditionnels", elle prend position dans le système sans nécessairement témoigner de compétences fortes d'analyse de ces médias. C'est peut-être juste une manière de prendre une posture "antisystème" qui témoigne davantage de son sentiment subjectif que de ses capacités de décodage des fake news.

"ÇA SE PARTAGE", DONC ÇA RAPPORTE DE L'ARGENT

Toutes les raisons précédemment citées, parmi d'autres encore, peuvent contribuer à faire partager des contenus fallacieux. Or, si un contenu est fortement partagé, il peut rapporter de la visibilité, mais aussi de l'argent à celui ou celle qui l'a diffusé, en raison de la publicité par exemple. Dans ce cas, peu importe que le contenu soit vrai ou faux, tant qu'il est rentable.

+ LOIN

• ce sujet est plus amplement développé dans le parcours ***3. Formats et économie des médias***



À RETENIR

• La ***désinformation*** consiste à diffuser volontairement des données fausses (intention de tromper). La mésinformation (erreur "de bonne foi") consiste à diffuser involontairement des données fausses.

• Il y a ***plusieurs raisons pour lesquelles les individus (re)diffusent des informations fausses*** : parce que cela les fait réagir sur le plan émotionnel, parce que ça correspond à leur vision du monde, parce qu'ils y voient une utilité pratique ou encore parce que ça leur donne des sujets de conversation.

Raisons pour lesquelles le document a été diffusé / partagé (plusieurs réponses possibles)

• Informer (pour… ?)
• Désinformer (pour… ?)

• Convaincre, sensibiliser, engager
• (Se) divertir ("c'est marrant ")
• Émouvoir, (s')indigner (sensationnalisme)
• Susciter la discussion / donner son opinion (socialisation)
• …

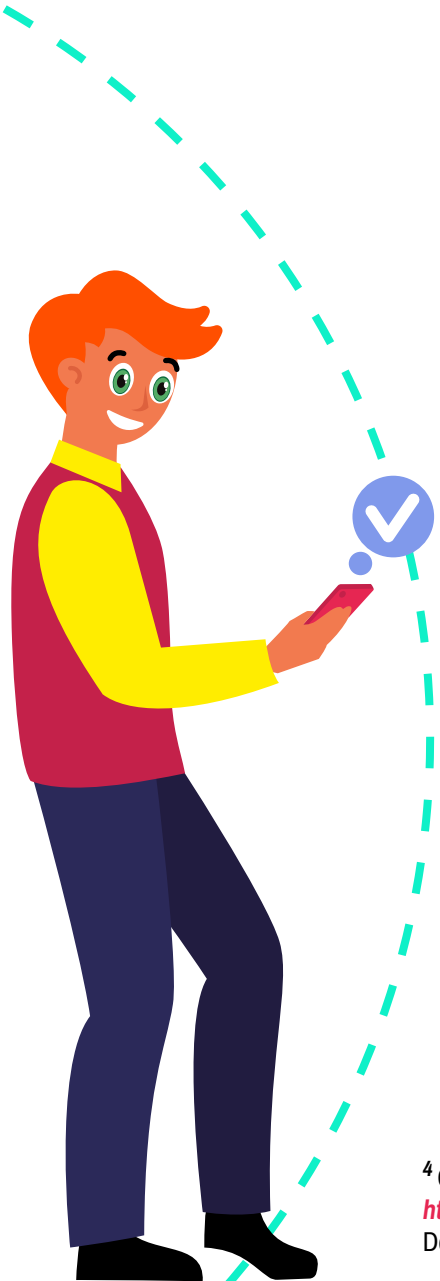
1.5. COMMENT ENQUÊTER EN PROFONDEUR SUR LA FIABILITÉ D'UN DOCUMENT ?

DES OUTILS POUR ENQUÊTER EN PROFONDEUR : INDICATEURS DE FIABILITÉ D'UN DOCUMENT

Ci-dessous, nous proposons un ensemble d'indicateurs pour enquêter en profondeur, et non seulement pour se faire une première opinion rapide. Pour déterminer si un document est fiable, la critique historique distingue la critique interne et la critique externe de ce document.

La ***critique interne*** consiste à analyser au niveau du document et ses alentours. On s'attache ici au document proprement dit.

La ***critique externe*** consiste à évaluer ses sources, à croiser des données, à aller les vérifier sur le terrain, etc.



QUESTIONS DE CRITIQUE INTERNE

En croisant plusieurs méthodes d'analyse de contenus [4], nous distinguons plusieurs questions à se poser à l'égard d'un document :

• ***Qui*** ? Qui parle ? Qui est ***l'auteur*** ? Qui produit ou relaie l'information ? Qui en est la source ?
- •• Distinguer notamment l'auteur (exemple : un vidéaste sur YouTube) et le ***média diffuseur*** (exemple : la plateforme YouTube).
- •• Par extension, le document cite-t-il des ***sources*** externes ? Quelles sont-elles ?

• ***Quoi*** ? Quel est le message ? Qu'est-ce qui est dit ?
- •• Quel est le contenu du document ? S'agit-il d'infos ou d'opinions ? Quels sont les ***faits*** dont il est question ?
- •• Quelle est sa forme ? Quel est le vocabulaire utilisé ? Quelle est la ***structure argumentative*** ?

• ***Quand*** ? Quand le document a-t-il été réalisé ? Quand a-t-il été diffusé ? De quelle période est-il question dans le contenu du document ? A-t-il été modifié dans le temps ?

• ***Où*** ? Où le document a-t-il été réalisé ? Où a-t-il été diffusé ? De quelle zone géographique est-il question ?

• ***Quel public ciblé*** ? ***Quels effets souhaités*** ? Quel vocabulaire, quelles marques d'énonciation (exemple : s'adresser directement à une personne en la désignant), etc. ?

• ***Quel canal*** ? Sur quel support figure le document (exemple : un blog) ? Par qui est-il diffusé ?

[4] Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM), "Recherche et fiabilité de l'information en ligne", csem.be : ***https://bit.ly/3jKrkzy*** & Michels, C., "Esprit critique et complotisme : exemple de grille réalisée avec les élèves", Dossier Esprit critique et complotisme, Université de Paix asbl, 2016-2017 : ***https://bit.ly/3gV8zYo***

Pourquoi toutes ces questions ?

Elles peuvent nous renseigner entre autres sur la légitimité et l'expertise des propos.

Exemples :

• Une personne publie un article sur son blog pour donner son avis à propos d'un incident survenu une demi-heure plus tôt dans une autre région de son pays. Dans ce cas, l'auteur n'a probablement pas pu se rendre sur les lieux, interroger des témoins ou être témoin lui-même des faits.

•• Même les journalistes, lors de couvertures en direct de catastrophes notamment, se doivent généralement d'utiliser le conditionnel lorsqu'ils traitent des faits. Dans le cas d'un incendie, d'un accident de train ou encore d'un attentat, de nombreuses questions sont généralement en suspens dans les heures qui suivent les faits : il est difficile de dire avec exactitude ce qui s'est réellement passé. Il convient donc d'être prudent.

• Une personne de 22 ans publie une vidéo où elle explique son opinion à propos d'un événement survenu 50 ans plus tôt. Ici encore, nous pouvons constater que la personne n'a pas pu être témoin de l'événement. En revanche, son discours est peut-être fort documenté : il conviendra de voir ce sur quoi elle se base pour tenir ses propos.

• …

QUESTIONS DE CRITIQUE EXTERNE

Plusieurs questions peuvent être posées également pour guider la critique externe d'un document [5] :

• Que sait-on du ***média*** qui publie l'info ?
• Que sait-on de l'***auteur*** de l'article ?
• Que nous apprend le ***contexte*** d'énonciation de l'article ?
• ***D'autres sources*** parlent-elles du même sujet ? Que disent ces autres sources ? Y a-t-il d'autres points de vue sur le même sujet ?
• ***Par qui le document est-il partagé / diffusé*** ? Quels sont les commentaires autour de ce document ?

Répondre à ces questions implique généralement d'enquêter au-delà du document, par exemple en faisant des recherches à propos de l'auteur du document, en récoltant des sources à propos du média qui le diffuse, en se renseignant sur les autres avis sur le même thème ou encore en observant par qui le document est commenté.

Par exemple, si nous apprenons que le média qui diffuse le document est très orienté politiquement, ou bien qu'il est détenu par tel ou tel financier, cela peut nous donner des idées de ses préférences idéologiques.

Par exemple, si nous apprenons que l'auteur est un scientifique qui a déjà beaucoup écrit sur le thème, ou au contraire que c'est un chroniqueur qui donne son avis sur tout et n'importe quoi, cela nous donne aussi des informations.
Si d'autres sources donnent un autre avis ou au contraire si toutes les sources de différentes orientations convergent, là aussi ce sont des éléments intéressants.

Enfin, selon les commentaires ou partages d'un document, nous pouvons évaluer les effets de celui-ci : au-delà de ce qui est dit ou écrit, les gens interprètent et se le réapproprient d'une certaine manière. Il n'est pas rare que des propos politiques, par exemple, fassent polémique parce que l'on peut les interpréter de plusieurs manières.

[5] Cf. entre autres Wathelet, E., "Real news, fake news : à vous de juger !", Invesigaction.net, 2017 : ***https://bit.ly/3jOdSKW***

DES INDICATEURS POUR RÉPONDRE À CES QUESTIONS

Une ***grille d'analyse simplifiée*** consiste à se focaliser sur les trois éléments suivants : "***qui*** dit ***quoi***, ***pourquoi***" [6] ?

Pour appliquer cette grille, les élèves ne consultent pas spontanément les onglets de type "A propos", "Contact" ou "Qui sommes-nous ?", présents sur les sites. Même relativement conscients qu'ils doivent être attentifs à l'auteur d'une page (dans la mesure où c'est la consigne de l'exercice), ils ne savent pas comment procéder et continuent à trier les sites selon une démarche qui relève davantage de la pure intuition que du choix raisonné. Lorsqu'ils sont interrogés au sujet de leurs choix, les élèves semblent en effet quasiment incapables de dire pourquoi ils privilégient un site à un autre et estiment globalement l'information qu'ils trouvent assez fiable, souvent à tort. En l'absence de repères ou de règles, ils procèdent à l'intuition.

Dès lors, comment répondre à ces questions ?

Il nous semble intéressant de réfléchir avec les jeunes en leur demandant où ils peuvent trouver les réponses, et en leur montrant le cas échéant [7].

INDICATEURS PRÉSENTS SUR LE SITE (CRITIQUE INTERNE)

• ***Menu, plan du site***. Cela nous montre si le site est structuré et clair, cela peut nous renseigner sur les thèmes du site, sur les sujets et catégories, sur la hiérarchisation des informations, etc.

• ***Adresse URL*** du site / de la source. Cet indice donne des renseignements sur le nom de domaine du site ou de la page, sa construction, éventuellement son auteur, etc.

•• ***Préfixes, suffixes et extensions*** (.univ, .ac / .be, .fr, .org…). Cet élément peut indiquer la spécificité du lieu ou de l'organisation, sa localisation (université, académique / Belgique, France…) ou encore la nature du contenu consulté (dans le cas d'une extension de fichier comme ".pdf" par exemple).

• ***Code source de la page***. Celui-ci permet de prendre connaissance d'informations invisibles sur la page consultée, notamment des métadonnées, par exemple.

• ***Clic droit sur les images***. Ce procédé peut permettre de repérer la présence de métadonnées (dates, logiciel de retouche utilisé, référence de l'appareil photo ou de la caméra, géo localisation).

• ***Pages "qui sommes-nous", "contact", "à propos"***, etc. Elles présentent des indices sur le ou les auteurs.

• ***Présence de liens ou sources citées*** dans le document consulté, légende des images, etc.

• ***Présence ou non de liens publicitaires / popups / …*** Ceux-ci donnent renseignements sur le modèle économique du site.

• ***Mentions légales***.

[6] Cf. notamment Lecomte, J., "Activités pédagogiques d'éducation aux médias", Philomedia.be, 2014 : ***https://bit.ly/32WbiMc***

[7] Sur base des indicateurs listés sur le site du Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM), "Recherche et fiabilité de l'information en ligne", csem.be : ***https://bit.ly/2Goh8ye***

INDICATEURS AUTOUR DU SITE (CRITIQUE EXTERNE)

• Utiliser un ***moteur de recherche***. Si le document ne cite pas suffisamment d'information sur l'auteur, par exemple, il est possible de taper son nom dans un moteur de recherche, ou encore de chercher des données le concernant via divers réseaux sociaux.

•• Celui qui émet le contenu est-il déjà intervenu par ailleurs, ou est-ce sa seule contribution ? Sur ***quels autres sites*** intervient-il ? Sur ***quelles thématiques*** ?

•• ***Quels autres sites*** parlent du même sujet ?

• O***util / moteur de recherche d'image*** (inversée). Si une image est utilisée sans source ni légende, en plus de rechercher des indications la concernant sur le site, il est possible d'utiliser un outil de recherche d'image permettant de savoir par exemple si elle n'existe pas ailleurs sur le web.

•• Se servir de logiciels ou des applications et outils du web : Google images, Tin eye, Shazam… Par extension, il est possible d'utiliser des logiciels pour analyser les transformations subies par les images / reconnaitre une chanson / etc.

• ***Navigation hypertextuelle*** (cliquer sur les liens). Pour chaque information trouvée, il est possible de procéder à une recherche ou d'ouvrir un lien pour éventuellement la vérifier, la mettre en contexte ou encore l'approfondir.

• ***Utiliser les "ressources humaines"*** : réseaux sociaux, commentaires de blogs, forums… Poser des questions, demander des avis, interroger des experts sur le sujet, etc.

• …

▶ ACTIVITÉ

Apprendre à utiliser les fonctionnalités de recherche de Google pour faire des recherches plus précises.

Visionner la vidéo : ELI15, "Google - Comment faire une recherche efficace", YouTube, 3 février 2014 : ***https://bit.ly/2YHPrGV***

Demander ensuite aux élèves d'effectuer une recherche sur une thématique précise et de mettre ces nouvelles stratégies de recherche en place pour affiner les résultats. Quelles occurrences ont-ils utilisées ? Quels outils leur ont servi à affiner leur recherche ("…", "OR ", "*", "-", etc.)

Exemple : cherchez des informations sur un médecin oncologue américain dénommé Donald Trump.

+ LOIN

Voir ***Les Observateurs de France 24***, playlist de vidéos tutorielles d'outils de fact checking sur Youtube : ***https://bit.ly/3hBDKJz***

À RETENIR

Présentation des données	Les données sont-elles présentées de manière rigoureuse, pertinente ? Comment ont-elles été collectées ?
Angles et perspectives	Quelle est la manière de traiter de l'information ? Quels sont les points de vue abordés ? Quelles perspectives sont données sur le sujet ? A qui donne-t-on la parole ? Que montre-t-on ?

1.6. PROLONGEMENTS : RÉFLEXIONS ET PISTES POUR LES ENSEIGNANT·E·S

QUELLE PLACE ACCORDER À WIKIPÉDIA À L'ÉCOLE

Wikipédia est devenue une référence incontournable lorsqu'il s'agit de se documenter sur Internet. Tant les jeunes que les adultes l'utilisent dans le cadre de leurs recherches d'info. Peut-on lui faire confiance ? Quelle place lui accorder dans le cadre scolaire ?

D'une part, Wikipédia est une encyclopédie libre et ouverte. Cela signifie que "tout le monde" peut y introduire des modifications. Néanmoins, le système de contribution à Wikipédia en fait une ressource dont la fiabilité est comparable à d'autres encyclopédies. De ce fait, nous estimons qu'il est intéressant d'encourager les jeunes à utiliser Wikipédia lorsqu'il s'agit de ***se faire une première opinion rapide*** (cf. "système 1") sur un sujet donné. Il est question d'utiliser Wikipédia pour "débroussailler" un thème neuf, par exemple.

D'autre part, les articles sur Wikipédia sont à appréhender comme des ***sources secondaires***, c'est-à-dire des documents élaborés sur base d'autres documents ("sources primaires"). En ce sens, leur fiabilité est intimement reliée à celle de ces sources. La recommandation est donc la suivante : lorsque vos élèves consultent Wikipédia, ***invitez-les à consulter, à évaluer et à citer les sources d'origine des articles consultés***. Les articles Wikipédia de qualité renvoient à des sources qui sont elles-mêmes de qualité, et qui peuvent donc être citées sans faire l'objet de critiques sur le fait qu'elles ont été écrites "par n'importe qui".

Wikipédia peut donc être utilisée pour "débroussailler" un sujet et pour point de départ d'une exploration des sources primaires sur lesquelles un article est basé.

ACTIVITÉ

Se renseigner sur un sujet d'actualité via Wikipédia et demander aux élèves de consulter les pages "Historique" ou "Discussion". Exemple de discussion sur Wikipédia : https://bit.ly/34SfCgo

Qu'est-ce qui ressort de cette recherche ? Quels mécanismes sont mis en place sur Wikipédia pour l'écriture et l'amélioration d'articles ? Quels principes régissent l'encyclopédie ?

Pour se lancer dans un projet de plus grande envergure, comme la création collective d'un article Wikipédia avec la classe, l'enrichissement de la base de données d'images ou encore la traduction d'articles pour le Wikipédia francophone, la Wikimédia Fondation a créé un dossier pédagogique listant et détaillant des projets qui ont été menés par des enseignant·e·s avec leurs élèves : ***https://bit.ly/3ltKL1p***

+ LOIN

Pour une présentation des principes fondateurs de Wikipédia et pour comprendre ce qui différencie l'encyclopédie collaborative d'autres plateformes, voir les 7 premières minutes de Hygiène Mentale, "Ep21. La neutralité de point de vue (sur Wikipédia)", Youtube, 2017 : ***https://bit.ly/36XcGBK***

LA CRITIQUE HISTORIQUE EN SCIENCES HUMAINES / HISTOIRE

Les notions présentées dans cette section relative à des techniques et démarches d'enquête peuvent être mobilisées dans des cours de sciences humaines ou d'histoire. En effet, il s'agit d'éléments de critique historique qui peuvent de ce fait être appliqués à de nombreux types de documents, y compris plus anciens qu'un site Internet.

+ LOIN

Pour une présentation de la méthode de critique historique qui peut compléter les apports de ce parcours, voir ***Histony, "Ce que le Titanic m'a appris sur l'histoire – Veni Vidi Sensi",*** Youtube, 2020 : ***https://bit.ly/3nE9ukt***

DES ÉLÉMENTS DE LA DÉMARCHE SCIENTIFIQUE

Dans la démarche d'enquête sur un sujet donné, nous pouvons également relever des traits saillants relatifs à la démarche scientifique.

Les sciences visent en effet à produire un discours qui soit le plus proche possible de la réalité. Pour ce faire, elles suivent des règles assez strictes.

De manière générale et simplifiée, voici quelques traits communs relatifs aux discours scientifiques reconnus :

• Ceux-ci reposent sur des ***bases empiriques***, c'est-à-dire sur un ***recueil de données du réel***, et ils sont de ce fait "***vérifiables***" (ou "réfutables") par ***l'observation***

> Exemples : observation directe de phénomènes, expériences (en laboratoire ou non), recensions et statistiques, questionnaires/sondages, entretiens, …
>
> Il doit être possible de reproduire un recueil de données dans des situations similaires afin de vérifier que les propos correspondent ou non à la réalité, dans quelle mesure ils y correspondent.

• Ceux-ci sont ***transparents*** quant à leurs ***conditions d'élaboration***, leurs ***sources*** et leurs ***postulats*** théoriques. Ils peuvent être confrontés à d'autres textes, d'autres sources, et donc être situés d'une certaine manière à leur égard.

• Ceux-ci font l'objet d'une "***relecture par les pairs***", c'est-à-dire d'une confrontation à l'avis de tierces personnes ***expertes*** dans le domaine.

+ LOIN

Pour comprendre pourquoi l'information scientifique que l'on retrouve dans les médias non spécialisés est souvent de mauvaise qualité, voir ***Dirty Biology (Léo Grasset), "Les OGM sont-ils nocifs ? (non) – DBY #27"***, Youtube, 2016 : ***https://bit.ly/34HPq9K***

► ACTIVITÉ

Mr. Sam, "Avis d'experts vs études : Qui l'emporte • Le Petit Point d'?", Youtube, 1 juin 2020 : https://bit.ly/34HKKAM

Dans cette vidéo, le vidéaste Mr. Sam revient sur la hiérarchie des sources et développe le principe du consensus scientifique.

GRILLE SYNTHÉTIQUE

Système 1 : Première opinion rapide quant à la fiabilité du document		***Système 2 : Seconde opinion approfondie quant à la fiabilité du document***	
Auteur clairement identifié, ***transparence***	Oui - Non	***Raisons*** pour lesquelles le document a été diffusé / partagé (plusieurs réponses possibles)	• Informer (pour… ?) • Désinformer (pour… ?)
			• Convaincre, sensibiliser, engager • (Se) divertir (“c’est marrant”) • Émouvoir, (s’)indigner (sensationnalisme) • Susciter la discussion / donner son opinion (socialisation) • …
Présence d’***erreurs flagrantes*** dans le document ou autour du document	Oui - Non	Forme plutôt ***descriptive*** ou ***évaluative / normative***	• Jugements descriptifs (exemples ?) • Jugements de valeur (exemples ?)
Indicateurs d’une ***volonté de persuasion manifeste***	Oui - Non	Sélection de l’information – “***ligne éditoriale***”	• Quels sont les sujets traités par ailleurs, dans le document ou autour ? • Quels sont les sujets récurrents ? • Quels choix éditoriaux transparaissent ?
Titre “piège à clic”	Oui - Non	***Présentation des données***	Les données sont-elles présentées de manière rigoureuse, pertinente ? Comment ont-elles été collectées ?
Avis de tiers experts concernant le document ou son sujet, ***fact-checking***	Avis en faveur de la fiabilité du document, avis en sa défaveur	***Angles et perspectives***	Quelle est la manière de traiter de l’information ? Quels sont les points de vue abordés ? Quelles perspectives sont données sur le sujet ? À qui donne-t-on la parole ? Que montre-t-on ?
Hiérarchie des types de sources Le “type de preuve” témoigne-t-il d’une expertise faible ou floue ? Occupe-t-il une place invitant à la prudence dans la hiérarchie des preuves ?	Oui - Non		

BIBLIO

• ACMJ [Action Médias Jeunes asbl ; Bruyr, J., Guisset, M., Lapy, S.] et Lecomte, J., Médias et informations : 40 activités pédagogiques pour le secondaire, De Boeck-Van In, 2014.

• Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM), Collection repères, csem.be : "N°4 Comment s'y retrouver dans le flux d'informations sur internet ?" et "N°5 Comment déjouer les pièges de la désinformation ?" : ***https://bit.ly/31BusYj***

• Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM), "Recherche et fiabilité de l'information en ligne", csem.be : ***https://bit.ly/3hFd7mR***

• Frank, C., Le journalisme constructif : tendance et nécessité, Eclaireursdelacom, 2019 : ***https://bit.ly/2Ey4a0g***

• Kahneman, D., Système 1 / Système 2 : Les deux vitesses de la pensée, Paris : Flammarion, 2012

• Lecomte, J., "Activités pédagogiques d'éducation aux médias", Philomedia.be, 2014 : ***https://bit.ly/31BptXx***

• Lecomte, J., "Fake news : pourquoi partageons-nous des contenus faux ?", Philomedia.be, 2018 : ***https://bit.ly/34U0NMf***

• Lecomte, J., "Peut-on faire confiance à Wikipédia ?", Philomedia.be, 2017 : ***https://bit.ly/3lrPFff***

• Lecomte, J., "Prolongement : utiliser ces critères pour évaluer l'information", dans "Des critères de validité en sciences humaines et sociales : un traitement en contexte(s) et réflexif", Philomedia.be, 2015 : ***https://bit.ly/3gHhVXr***

• Lecomte, J., "T'as laissé ton esprit critique au placard !", Philomedia.be, 2017 : ***https://bit.ly/34HWtiM***

• Mercier, A., "Pourquoi une information ne sera jamais totalement objective", Larevuedesmedias.ina, 2014 : ***https://bit.ly/32xRQFw***

• Michels, C., "Esprit critique et complotisme : exemple de grille réalisée avec les élèves", Dossier Esprit critique et complotisme, Université de Paix asbl, 2016-2017 : ***https://bit.ly/2Dbf5MW***

• Penser-critique.be ***https://bit.ly/2SMyjfY*** et ***https://bit.ly/3gwhb7G***

• Wathelet, E., "Real news, fake news : à vous de juger !", Invesigaction.net, 2017 : ***https://bit.ly/3jkE1ko***

• Wikipédia, "Système 1 / système 2 : les deux vitesses de la pensée" : ***https://bit.ly/3b2wjbR***

CRITIQUE DE L'INFO : L'OUTIL ULTIME

Cet outil a été développé par Action Médias Jeunes et l'Université de Paix avec le soutien de la Fondation Roi Baudouin et de la Loterie Nationale

Un merci particulier aux enseignant.e.s et aux élèves qui nous ont accueilli.e.s dans leurs classes pour tester les animations et nous apporter leurs retours constructifs.

ACTION MÉDIAS JEUNES ASBL

Action médias jeunes est une organisation de jeunesse d'éducation aux médias qui a pour mission de susciter une attitude réflexive et critique des jeunes face aux médias.

info@actionmediasjeunes.be / +32 [0] 81 74 29 19
Rue du séminaire, 22 / Bt 2 - 5000 Namur [Be]
RPM Liège, div.Namur
Numéro d'entreprise : 0454.363.638
IBAN : BE48 2700 34054127

UNIVERSITÉ DE PAIX ASBL

L'Université de Paix est une asbl qui a pour mission de promouvoir la paix par le dialogue et de favoriser un meilleur vivre-ensemble par le partage et la réflexion.

info@universitedepaix.be / 081554140
Boulevard du Nord, 4 - 5000 Namur [Be]
N° national : 4-161339-58
IBAN : BE73 0010 4197 0360

Éditrice Responsable : Claire Berlage - Ne Pas Jeter Sur La Voie Publique | Illustrations : Surf Up Vector + Action Médias Jeunes asbl