

En quête d'information

Médiathèque l'Apostrophe.

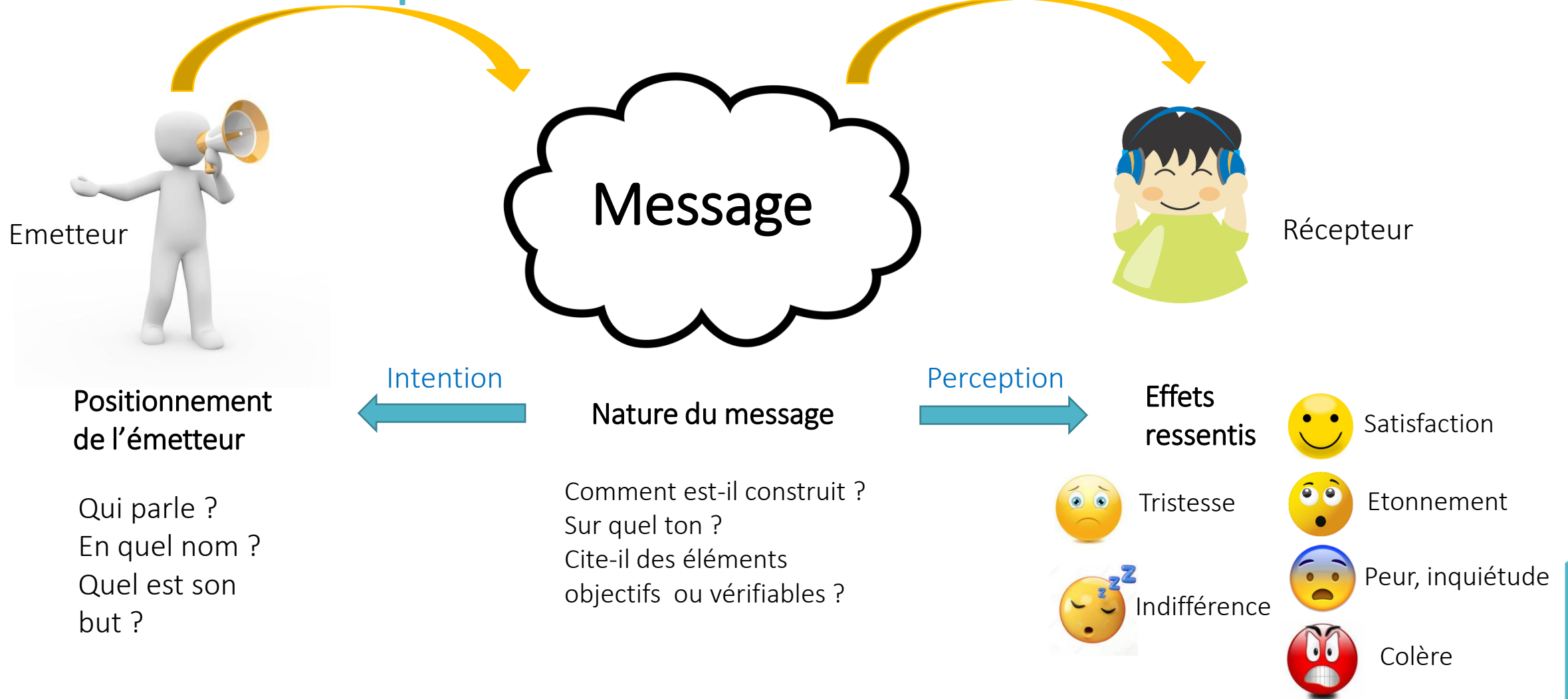
Dossier pratique

Initialement prévu sous la forme d'un atelier en date du 4 avril dernier, nous vous proposons cette ressource en ligne pour tout savoir sur la vérification de l'information. Cet atelier intervenait en premier lieu dans un cycle d'ateliers sur la presse et l'information.

Le but de ce dossier pratique est :

- De vous proposer des éléments d'analyse et de méthode qui vous permettent de vérifier la **fiabilité** d'une information.
- Concourir à favoriser une autonomie intellectuelle vis-à-vis de l'info.
- Assurer une médiation **raisonnée** autour du phénomène des infox.

Qu'est-ce qu'une information ?



Le circuit de vérification de l'info

Première réaction

Quelle est mon émotion, mon opinion face à une information ?
Ai-je des préjugés, des opinions, des croyances ?

Évaluer la vraisemblance de l'information

Dates, lieux, personnes, données chiffrées... ?
Identifier Fiction ou réalité ?

Identifier l'auteur

Qui est à l'origine de l'information ?
Qu'a-t-il publié d'autre ?
Existe-t-il vraiment ?

Identifier la source

Réseau social, internet, média traditionnel... ?

Comparer avec d'autres publications

Croiser les informations issues de différentes sources sur le même sujet.

Vérifier les images

Auteur, date, légende ?
L'image a-t-elle déjà circulé ?
Utiliser des outils de recherche spécifiques.

Contrôler les références citées

Les liens sont-ils actifs ?
Les citations vérifiables (auteur, document...)?

Repérer l'intention de l'auteur

Informé, faire rire, vendre, choquer, influencer... ?

Maintenant, je suis prêt à échanger, argumenter et débattre avec les autres ! Je choisis de partager ou non l'information.

Voici la grille qui récapitule les différents points essentiels à la vérification d'une information. Elle vous aidera à travers les différents cas pratiques que nous présenterons. Nous vous proposons une mise en situation autour de quatre actualités. L'objectif pour vous sera de mesurer la fiabilité de chacune des informations à l'aide de la grille.

La grille d'analyse

Noter la fiabilité de 0 à 10

Votre ressenti, votre première impression.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

De quelle humeur vous met cette info ?

Identifier la source Réseau social, Site internet, média d'actualité... ?

Nom de la source :

Dates

Oui Non

Identifier l'auteur
Qui est à l'origine de l'information ?
Qu'a-t-il publié d'autre ?
Existe-t-il vraiment ?

Nom :

Fonction/Profession :

Est-il cité ? Oui Non

Est-il connu ? Oui Non

Existe-t-il ? Oui Non

Identifier la source Réseau social, Site internet, média d'actualité... ?

Nom de la source :

Repérer l'intention de l'auteur : informer, faire rire, vendre, choquer, influencer... ?

Contrôler les références citées

Les liens sont-ils actifs ?

Oui Non

Les citations, ou données chiffrées, sont vérifiables (autorités citées) (auteur, Document, rapport, etc...) ?

Oui Non Lesquels :

Vérifier les images

Auteur, date, légende ?

Auteur : _____ Date : _____ Légende : _____

L'image a-t-elle déjà circulé ?

(Utiliser des outils de recherche spécifiques : Google images).

Oui Non Sur quel média ? _____

Est-ce une image originale ? Oui Non Est-ce une image retouchée ? Oui Non Est-ce une infographie ? Oui Non

Concerne-t-elle l'événement ? Oui Non Est-elle sortie de son contexte ? Oui Non

Comparer avec d'autres publications

Citer d'autres publications : _____

Après analyse, cette information vous semble-t-elle fiable ?

Noter la fiabilité de 0 à 10

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Info n°1

**Pour ne pas attraper le Coronavirus,
un hypocondriaque détruit son
Huawei dans son mixeur**

[Accéder à l'article](#)

Axes de lecture :

- Il est important de ne pas se contenter du titre, qui peut être incomplet, et induire en erreur. Accéder à l'article en ligne permet de constater qu'il vient du site d'information satirique Le Gorafi. Dans le cas présent, le corps de l'article est volontairement absurde.
- Penser à consulter les **mentions légales** ou le **à propos** du site pour s'assurer de sa fiabilité. Gorafi est évidemment un site purement humoristique.

Quelques données chiffrées

- 59% des liens partagés sur les réseaux sociaux n'ont en réalité jamais été consultés : seul le titre a été lu.
- Les fake-news ont 70% de chances d'être plus retweetées que les faits avérés.
- Le mensonge circule environ six fois mieux que la vérité. Les fake-news se propagent plus loin, plus rapidement. Et le phénomène est amplifié lorsqu'il s'agit d'une information politique.

Voir [bibliographie](#) en fin de document.

Info n°2

Voici 3 publications issues du réseau social Twitter relayant la même image.

Yann WEHLING
@YannWehrling

Suivre

Photos satellite de l'Australie (actuellement) et de l'Amazonie (été dernier) en feu.
No comment



22:10 - 5 janv. 2020

26 Retweets 35 J'aime



13 26 35

Nicolas Pereira
@PereiraNicolas

La NASA communique cette image 3D et nocturne des feux en Australie.

Terrifiant. Une catastrophe pour la biodiversité si riche de ce pays...#australie #Bushfire #AustraliaFires #AustralianBushfire



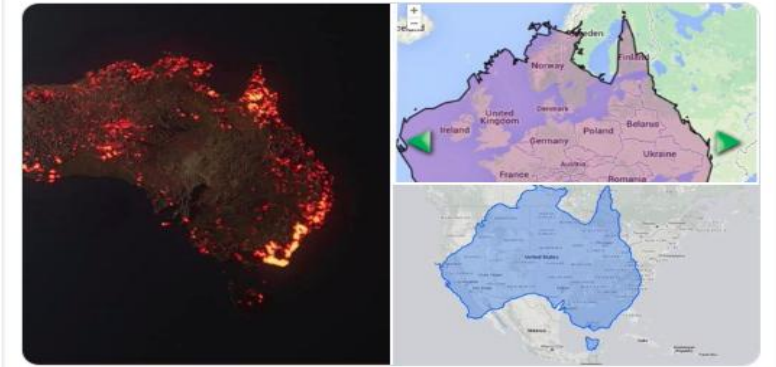
297 08:36 - 5 janv. 2020

397 personnes parlent à ce sujet

[Accéder à l'image source](#)

Hugo Clément
@hugoclement

L'Australie en feu. Carte basée sur les données de la NASA (entre le 05/12 et le 05/01), réalisée par Anthony Hearsey.
Regardez les images 2 et 3 pour vous rendre compte de la taille de l'Australie et donc de l'importance des incendies.



8:54 AM · 5 janv. 2020 · Twitter for iPhone

5,9 k Retweets 6,6 k J'aime

Hugo Clément @hugoclement · 5h
En réponse à @hugoclement

⚠ Ce visuel montre tous les incendies observés entre le 5 décembre et le 5 janvier, ce n'est ni du temps réel ni une photo satellite.

8 117 578

Axes de lecture :

- L'image source provient du réseau social Instagram, postée par un utilisateur qui à première vue n'a rien à voir avec la NASA. Il s'agit en réalité d'une modélisation en 3D des feux de brousse en Australie sur une période d'un mois, et non d'une image satellite. Elle est reprise telle quelle puis diffusée très largement sur Twitter. On peut questionner l'intention des auteurs de ces posts : alarmer ? Faire réagir ?
- Il est difficile de sourcer ses propos sur Twitter: les caractères sont limités à 280, (auparavant 140) et incitent les internautes à être concis et efficaces dans leur publication, afin que le tweet ne passe pas inaperçu parmi la quantité d'autres. Il est possible d'utiliser un hashtag (#) pour référencer un tweet.
- Evoquer une figure d'autorité (ici la NASA) sans faire apparaître de liens consultables ne rend pas l'information fiable.

Capture d'écran issue de la plateforme [FIRMS](#) (Fire Information for Resource Management System) de la NASA qui répertorie les départs de feu de brousse sur une période donnée. L'auteur de la modélisation en 3D se base sur ces données scientifiques.

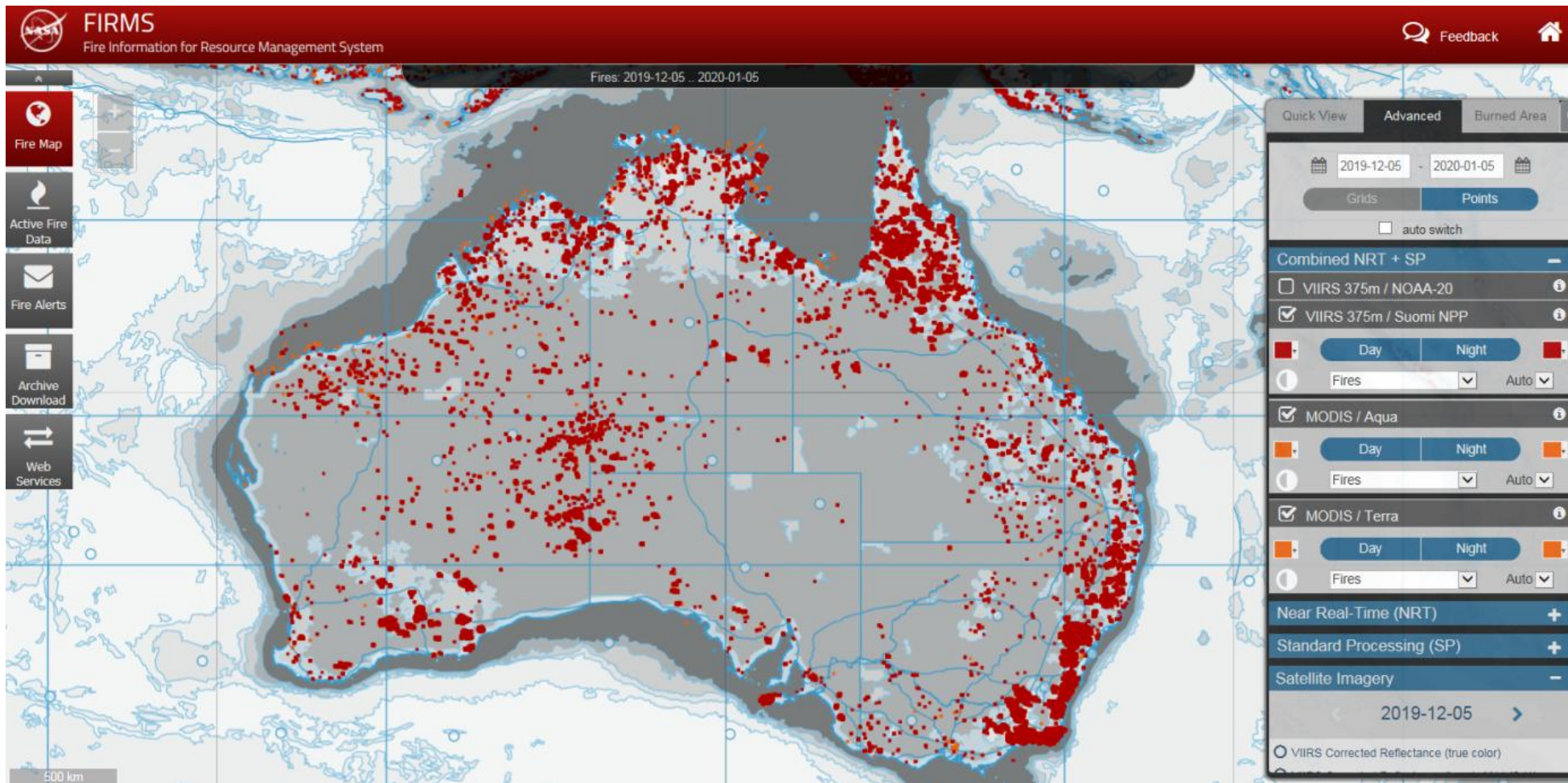
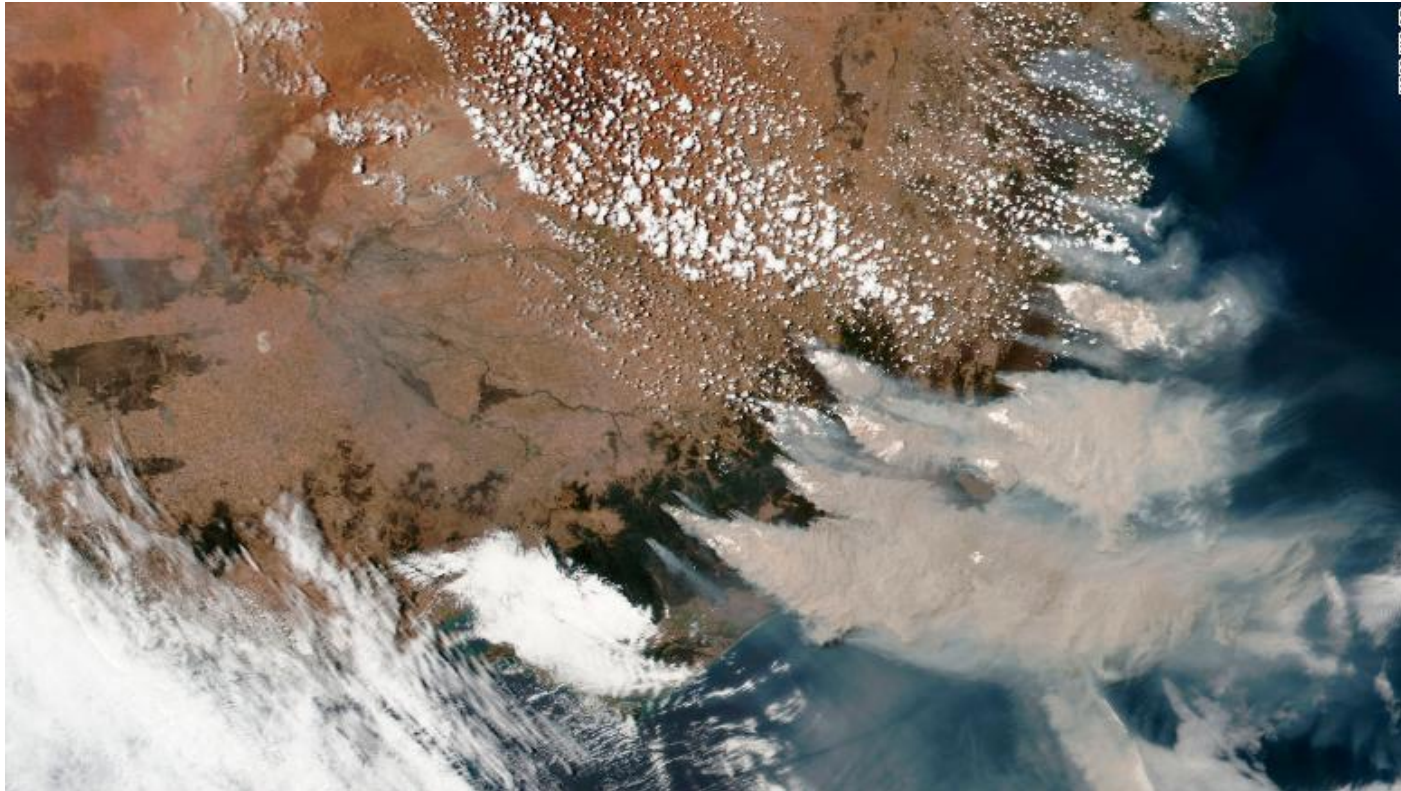


Image **satellite** provenant de la NASA et diffusée le samedi 4 janvier 2020 montrant la fumée des incendies en cours sur la côte sud-est de l'Australie.



[Site officiel de la NASA](https://www.nasa.gov)

Info n°3

Impression d'un foie humain en 3D

[Accéder à l'article](#)

[Accéder à la vidéo YouTube](#)

Axes de lecture :

Ici sont présentés deux médias différents :

- Un article de **presse spécialisée** (3Dnatives, le média de l'impression 3D).
Sources de la source. L'article cite et donne accès à une publication scientifique.
- Une vidéo **Youtube** issue de la chaîne de l'INSERM (Institut National de la Santé et de la Recherche Médicale).
 - La plateforme Youtube est un hébergeur de vidéos sans contrôles sur la fiabilité de l'information. On distingue d'une part, les **vulgarisateurs**, souvent **spécialisés**, et, d'autre part, les **institutions**. Les vulgarisateurs n'ont pas nécessairement l'autorité sur le sujet qu'ils évoquent dans leur format, et s'appuient sur différents contributeurs de références. Les institutions sont plus à même d'être une référence fiable sur le sujet traité.

Info n°4

Nous vous proposons ici trois articles provenant de sites différents, et traitant de la même information.

Le père Noël inventé par Coca-Cola

[Premier article](#)

[Deuxième article](#)

[Troisième article](#)

Axes de lecture :

- Sur le site de **Coca-Cola** :

L'article traite uniquement du Père-Noël au sein de l'entreprise Coca-cola. Les seules sources renvoient à des archives Coca-Cola, il n'y a pas de liens ou de renvois externes. Cela répond cependant factuellement à l'information en question, bien que l'article soit issu d'un site **commercial**.

- Sur le site de **France Culture** :

L'auteur, Yann Lagarde est journaliste vidéo de France Culture non spécialisé. Il s'agit d'une interview de Nadine Cretin, qui fait ici figure d'autorité par sa profession et son statut.

- Sur le site de **20min** :

Le titre comporte : un slogan, une question sous-tendant une réponse, et une réponse affirmative d'emblée. L'émission « Oh my Fake » se destine à Snapchat (réseau social au format vidéo court et sans texte). Les références ne sont pas sourcées. Il n'y a pas d'intervenants. L'information prend la forme d'un divertissement. Est-ce un gage de fiabilité?

Nous espérons que ces mises en situations vous apporteront des méthodes et davantage de recul critique sur les informations circulant sur Internet.

Le « *fact-checking* », que l'on peut traduire par « vérification des faits », adopte une démarche similaire.

Qu'entend-on par *fact-checking* ? Il s'agit d'une démarche entreprise par les médias visant à décortiquer l'origine d'une information mise en service. Cela a pour fonction de lutter activement contre les fausses informations.

<https://www.francetvinfo.fr/vrai-ou-fake/>

<https://factuel.afp.com/>

<https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/>

<https://www.hoaxbuster.com/>

Le saviez-vous ?

« What was fake », le service de fact-checking du *Washington Post* a décidé de jeter l'éponge. Ils ont estimé que ceux qui adhèrent aux fake-news ne font pas nécessairement la démarche de la vérifier.

Sources

- Maksym Gabielkov, Arthi Ramachandran, Augustin Chaintreau, Arnaud Legout. **Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter?** <https://hal.inria.fr/hal-01281190>
- Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral. (2018) **The spread of true and false news online.** <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>
- Moussaïd, Mehdi, *Fouloscopie : ce que la foule dit de nous*, 2019. Chap.9 : épidémies d'information, (pp.131-147)
- « Pour en finir avec les fake-news », Geoffroy Daignes, *Le débat*, n°204, mars-avril 2019.