

# Info ou intox ?

## Atelier 2



# Vérifier une info

- Quelles sont **les bonnes questions à se poser pour vérifier la fiabilité d'une info sur Internet ?**

(aussi valables hors de l'univers numérique pour s'interroger sur un livre, dans la presse, sur la TV...)

- Comment trouver les réponses à ces questions : **indicateurs sur le site et en-dehors du site ?**
- A quels **outils, sites et applis** puis-je me fier ?



# Les bonnes questions

Comment ?

Qui ?

**L'info sur  
Internet**

Quand ?

Où ?

Pourquoi ?

# Les bonnes questions

Le message est-il clair et structuré ? Y a-t-il des fautes, des erreurs de grammaire ou de syntaxe ? A quoi ressemble la mise en page ?

L'auteur respecte-t-il la déontologie sur le droit d'auteur, le droit à l'image etc. ?  
L'info est-elle cohérente (pas de contradictions ou d'anachronismes) ?

Le support ou le type de site : Wiki, site officiel, blog, réseau social, journal en ligne ? Site parodique ou adepte des conspirations ? Forum (attention à la fiabilité, notamment sur les questions de droit ou de santé !) ou document de communication ?  
Est-ce la source primaire ou une rediffusion de l'info initiale ?

## L'info sur Internet

L'auteur, émetteur, diffuseur...est-il : citoyen, organisme officiel, journaliste, expert... ? Groupe, personne ou structure identifiée, pseudo... ? Chargé de com, publicitaire, société commerciale... ?  
Est-ce une personne que je vois/entends partout ?

Date de mise en ligne ou de publication ?

Date de création du site ?

Quels sont les objectifs : informer ou renseigner, partager une passion ou un goût, communiquer avec un proche, promouvoir une action ou un produit, se mettre en valeur, critiquer ? Pour quelle cible ?

# Être à l'affût...sur le site

Utiliser son bon sens ; lire avant de diffuser et de partager

Pages « qui sommes-nous ? », « contact », à propos », « mentions légales », comptes certifiés sur les réseaux sociaux...pour trouver des indices sur les auteurs et le site.

Le code source de la page permet de prendre connaissance d'informations invisibles sur la page consultée

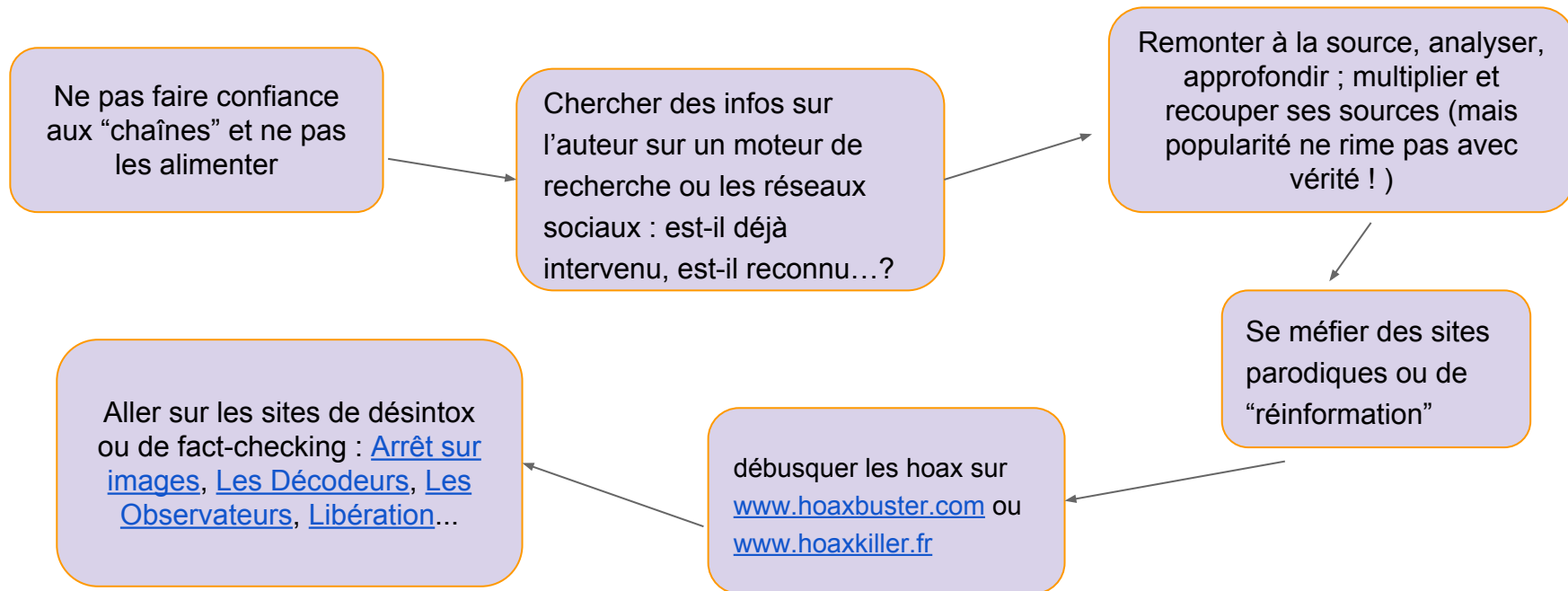
Présence de liens et de sources consultables ou autres sources pour vérifier et comparer

L'adresse URL du site : nom de domaine, hébergeur, extension qui peut indiquer la spécificité du lieu ou de l'organisation, sa localisation ou encore la nature du contenu consulté (pdf)...

Présence ou non de liens publicitaires ou de pop-ups, de gadgets, d'une mise en page douteuse

Un menu ou un plan de site organisé et clair

# Être à l'affût...autour du site



# Vérifier une image : trucs et astuces

Utiliser un outil de recherche permettant de savoir si l'image n'existe pas ailleurs sur le web : [Google images](#), [Tineye](#). Cela permet de vérifier et recouper les sources (et [Shazam](#) pour le son).

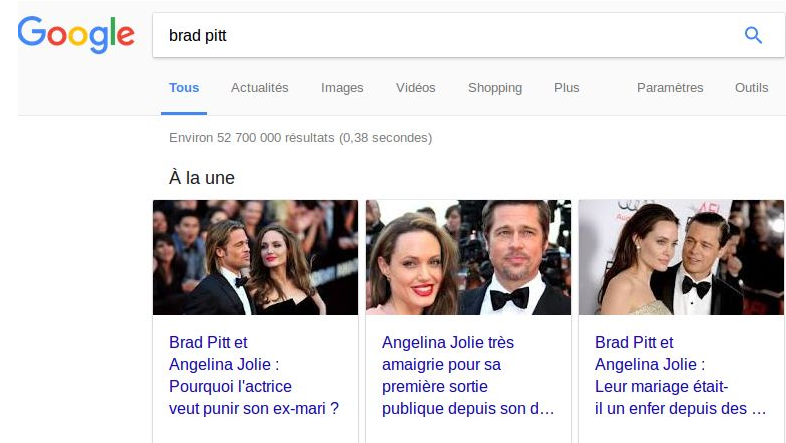
Un clic droit sur les images permet parfois de consulter les métadonnées (dates, logiciel de retouche utilisé, référence de l'appareil photo ou de la caméra, géolocalisation). Excepté sur Facebook et Youtube où n'apparaissent que la taille et le poids.

Analyser l'image pour [l'authentifier](#) (repères géographiques, météo, âge et aspect des personnes...)

# Moteurs de recherche : grands principes

Lorsque l'utilisateur souhaite obtenir de l'information sur un thème précis, il passe généralement par un moteur de recherche. Ces moteurs indexent les différentes pages des sites web via des « **robots** » qui parcourent les liens qu'ils rencontrent. Chaque moteur de recherche utilise un algorithme pour fournir les **résultats les plus pertinents en premier**. Il se base sur

- .la **formulation** utilisée,
- .la **popularité**, la **notoriété** (liens qui pointent dessus)
- .l'**actualité**
- .la **géolocalisation**.



D'autres critères : **référencement payant** et **référencement naturel**.

*On parle de « web invisible » ou « web profond » pour faire référence à toutes les pages qui ne sont pas référencées par les moteurs de recherche.*



# Moteurs de recherche : quelques trucs

> jouer sur la **sémantique** : multiplier les mots-clé, les formulations (on évite les articles, les mots parasite, les généralités ; on se pose la question : qui? quoi ? où ? quand ?; le premier mot est le plus important ; privilégier le singulier; inutile d'utiliser majuscules ou accents)

> utiliser des [moteurs de recherche différents](#) ou des **métamoteurs** ([Ixquick](#),...)

> utiliser des **sites spécialisés, des portails, des annuaires**, sites officiels, catalogues...pour faire une recherche

> Il y a aussi des **moteurs spécialisés** pour rechercher des images, dans les réseaux sociaux, des vidéos, des podcasts...



ixquick

EXALEAD



DuckDuckGo



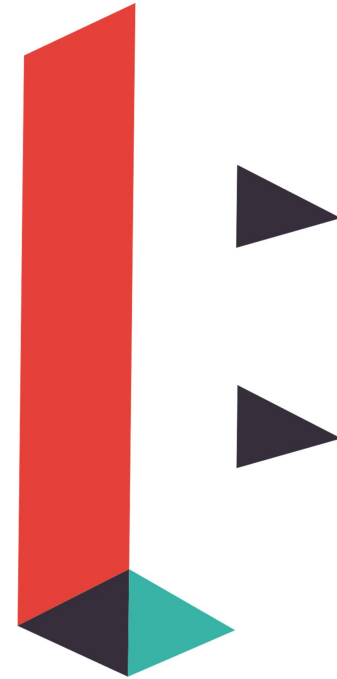
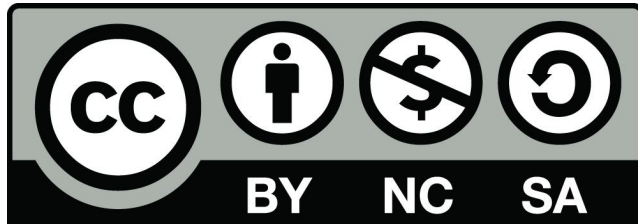
Cette ressource pédagogique est produite par [l'association Fragil](#).

Fragil est un tiers-lieu dédié à l'accompagnement des pratiques médiatiques et numériques dans la région Pays de la Loire.

Suivez nous sur [Twitter](#).

Contact : [educationauxmedias@fragil.org](mailto:educationauxmedias@fragil.org)

Cette ressource pédagogique est produite sous licence Creative Commons CC BY-NC-SA.



# FRAGIL

MÉDIAS • CULTURE • ÉDUCATION