

Le cahier de l'élève



L'INFORMATION, COMMENT ÇA MARCHE ?



Pourquoi l'info est-elle
importante ? 2
Qui sont les journalistes ? .. 4
D'où tient-on l'info ? 6

Que fait-on de l'info ? 8
Comment parlent les journa-
listes ? 10
Quelles règles à suivre ? .. 12

Le son et l'image 14
L'info permanente 16
Maîtriser l'info 18

Pourquoi l'info est importante ?

LES MÉDIAS ET LEUR RÔLE

Les médias d'information, ce sont des entreprises qui ont pour objectif d'informer leur public de ce qui se passe et se discute, près de chez lui et dans le monde.



Longtemps la presse écrite a été le principal moyen de s'informer sur le monde et sa région. La presse écrite remplissait plusieurs fonctions, qui subsistent encore aujourd'hui sous diverses formes dans les médias :

→ **L'information** : les médias relatent des événements, des faits qui se sont produits, à proximité ou dans le monde.

→ **L'opinion** : l'avis des uns et des autres, sous forme de billets d'humeur, éditoriaux, cartes blanches, avis du lecteur...

→ **Les services** : la météo, les programmes TV ou de spectacles, les cours de la Bourse, des publicités (pas fabriquées par le média, mais hébergées dans le journal).

→ **La culture et la détente** : des jeux, des cartoons (BD), des critiques de films ou de concerts.

Les avancées technologiques ont progressivement élargi les moyens utilisables pour diffuser les informations :

→ **la presse écrite** utilise le papier. Elle existe depuis le XVI^e siècle et est restée seule jusqu'au XX^e siècle, quand apparaîtront successivement :

→ **la radio**, permettant la diffusion de textes (lus) et de sons (ambiances, musiques, interviews...) ;

→ **la télévision**, informant par l'image mobile et sonore ;

→ **l'Internet**, autorisant la mise à disposition permanente d'informations et l'utilisation croisée de textes, d'images (fixes ou mobiles) et de sons.

Aujourd'hui, les entreprises de presse utilisent toutes Internet, via un site d'information (lesoir.be, rtbf.be, etc) ou des applications propres, alimentés en permanence. Elles continuent toutefois à diffuser, en même temps, leurs informations via un journal (papier), la radio ou la télévision.

DES INFOS QUI SURGISSENT DE PARTOUT

Jusqu'au déploiement d'Internet (dans les années 1990), chacun·e s'informait quand il ou elle le souhaitait, en achetant un journal, en écoutant la radio ou en regardant la télévision.

La situation aujourd'hui est très différente : sur les équipements informatiques individuels (ordinateurs, smartphones, tablettes...) arrivent en permanence des informations (souvent sans qu'on les ait demandées ou recherchées) via les sites que nous consultons et les réseaux sociaux (lire aussi p. 18).

Il faut désormais apprendre à se protéger (en se déconnectant parfois) et à savoir quoi faire avec toutes ces informations : elles n'obéissent pas toutes aux exigences de l'information journalistique (lire aussi p. 18/19), elles sont parfois erronées ou trompeuses.

OBSERVATION 1 : **Un journal, des publics**

MÉTHODE : travail par trois.
Une heure. Chaque trio d'élèves dispose d'un exemplaire complet d'un quotidien (ou travail sur un site d'infos).

Chaque trio se met dans la peau d'un personnage (au choix) : professeur de géographie, touriste français, Premier ministre, chômeuse, homme d'affaires, retraitée, actrice, policier, footballeur, agricultrice...

- Encerclez dans le journal ce que vous liriez si vous étiez cette personne.
- Mise en commun : chaque élève explique ses choix. Certains ont-ils trouvé plus à lire que d'autres ? Pourquoi ?

OBSERVATION 2 : **Trouver son public**

MÉTHODE : travail en groupe puis individuel.
Deux fois une heure. Ecriture puis débat.

- Établissez ensemble une liste d'événements qui pourraient survenir dans une école (bagarre, gros orage pendant une récréation, livraison d'un tableau interactif, blessure d'une élève après une chute, cantine scolaire en travaux, absence imprévue de toute une classe, etc.)
- Chaque élève rédige un court article de quelques lignes concernant un de ces événements fictifs. Lesquels de ces articles figureraient dans un journal de l'école ? Justifiez vos choix, et les rejets.
- Pour chacun des articles retenus, imaginez son public privilégié (direction, enseignant·e·s, parents, élèves, tout public, PO, etc.). Vérifiez que les articles refusés devaient bien l'être.

Qui sont les journalistes ?

LES JOURNALISTES ET LEURS MÉDIAS



Dans les pays démocratiques, co-existent et assurent la diversité de l'information :

- **des médias publics** (en Belgique francophone la RTBF – chaînes de radio et de télévision – et les TV locales, financées en large partie par les pouvoirs publics).
- **des médias privés** (RTL-TVI, Be TV et LN24 en télévision; Le Soir, La Libre Belgique, La Dernière Heure, L'Echo, Les journaux du groupe Sudinfo et ceux de L'Avenir pour la presse écrite quotidienne; des radios telles Contact, Bel-RTL, Nostalgie, NRJ...). Ils sont financés par la publicité (et les ventes pour la presse écrite).

Les journalistes professionnel-le-s qui travaillent dans ces médias (privés ou publics) sont à la fois des généralistes de l'information (prêt-e-s à s'intéresser à n'importe quel sujet ou événement) et des spécialistes dans l'un ou l'autre domaine privilégié (judiciaire, culturel, politique ou sportif par exemple).

- **Aucun diplôme** n'est imposé pour exercer le métier de journaliste.
- En Belgique francophone, 4.975 journalistes avaient en 2024 une **carte de presse officielle**, délivrée par le ministère de l'Intérieur. Parmi eux 34% de femmes, une proportion plutôt stable au fil des ans.
- Le métier est **exercé par des salarié-e-s** (environ 71% des journalistes sont employé-e-s dans leur média) **et des indépendant-e-s** (qu'on appelle des pigistes). Ces pigistes sont payé-e-s à l'article, au reportage, à la photo par les médias auxquels ils et elles collaborent).

S'INFORMER SANS LES JOURNALISTES

On s'informe aujourd'hui de plus en plus en s'appuyant sur :

- **Les moteurs de recherche** : grâce à des mots clés qu'on leur fournit, ils proposent des listes d'articles, de vidéos ou d'images. Pour chaque élément proposé (qu'on peut « ouvrir ») est mentionnée sa provenance (sa source). Le plus sûr est lorsque celle-ci est un-e journaliste ou un média d'information.
- **Les réseaux sociaux** : tout le monde peut y faire circuler des informations. Certain-e-s font un vrai travail de journaliste. Mais d'autres inventent ou ne vérifient pas ce qu'ils ou elles écrivent ou montrent.
- **L'IA** : l'intelligence artificielle n'est ni moteur de recherche, ni journaliste. En réponse à une question, l'IA compose un texte (ou une image) sans le comprendre, en ré-enchaînant des mots qui ont été stockés dans des millions d'autres articles. Les informations qu'elle fournit ne sont pas nécessairement toutes exactes.



OBSERVATION 1 :

La chasse aux infos

MÉTHODE : travail en duo. Une heure. Un exemplaire d'un quotidien par équipe (idéalement une même édition pour tous).

- Repérez et entourez dans le journal un exemple pour chacune des dix propositions suivantes : une photo qui attire l'attention / un événement qui se passe à l'étranger / une bonne nouvelle / une personne vivant une situation difficile / un bien de consommation que vous aimeriez avoir / un film à l'affiche / une personnalité « people » / une situation critique / l'expression d'une opinion / une info intrigante.
- Echangez et comparez les exemples retenus par chacun. Lesquels relèvent de l'information ? du journalisme d'enquête ? de la publicité ? du service ? du divertissement ? Débattez.



OBSERVATION 2 : Ceux

qui s'expriment dans les médias

MÉTHODE : travail en duo. Une heure. Un exemplaire d'un quotidien par équipe (ou travail sur un site d'infos).

- Pour quelques informations importantes, identifiez les auteurs des textes (journaliste, correspondant étranger, agence de presse, dessinateur, personnalité extérieure à la rédaction...).
- Identifiez pour chaque article qui y prend la parole (vedette, ministre, patron, sportif, syndicaliste, association, individu anonyme...). Qui est relayé fréquemment par les médias ? Pourquoi ? Comment y intervenir à son tour ? Débattez.

D'où tient-on l'info ?

LES SOURCES DES JOURNALISTES



Les journalistes disposent chaque jour de bien plus d'informations qu'il n'en faut pour remplir un journal. Ce sont des informations qu'ils et elles ont recherchées ou reçues (presque) sans rien faire...

1. Les informations reçues :

→ **via le téléphone, le courrier et les emails** (des habitant.e.s dont le quartier va être aménagé, les travailleur.euses d'une entreprise en difficulté, un accident, un.e lanceur.euse d'alerte dénonçant une situation qu'il juge inacceptable...).

→ **via les conférences de presse** (des rencontres d'information auxquelles sont invité.e.s les journalistes) **et les communiqués de presse** (d'un.e bourgmestre, d'une entreprise, d'une association, d'un club...).

→ **via les réseaux sociaux** : des personnalités (politiques, culturelles...) communiquent directement via X (ex-Twitter), TikTok ou Instagram (réaction à un événement, prise de position dans un débat... - lire aussi p.18)

→ **via les agences de presse :**

leurs rédactions collectent des informations pour les médias (mais aussi pour des sociétés hors médias) qui leur payent un abonnement (exemple : l'agence Belga en Belgique, AFP ou Reuters à l'étranger). Les agences envoient par internet des dépêches à leurs clients.

2. Les informations recherchées :

→ **Les journalistes recherchent des informations** qui, sans leur travail, resteraient non connues : lecture de rapports, enquête sur le terrain, documents officiels, etc.

→ **Les journalistes contactent spontanément** des personnes qui peuvent fournir des informations ou des explications sur tel ou tel sujet (élue, témoin, expert, artiste, sportive...).

FAIRE CONFIANCE OU PAS

Pour apprendre, nous faisons confiance à celles et ceux qui nous transmettent des savoirs : les parents, l'école, l'entourage, les professionnel-le-s (d'un métier par exemple).

De la même manière, pour s'informer, nous devons nous assurer que nous pouvons accorder notre confiance à ce qui est dit :

- les journalistes doivent être allé-es sur place ou avoir contacté des témoins, avoir consulté des documents, demandé des explications à un spécialiste. Ils et elles doivent toujours respecter les faits. Les règles de leur métier le leur imposent (lire aussi p.12).

- ceux-celles qui ont la parole dans un article ou une vidéo doivent être des connaisseur-euses des faits qui sont relatés. Un sportif s'y connaît en sport, pas nécessairement en cinéma ; une infirmière ne connaît pas toutes les lois mais sait comment fonctionne un hôpital.

OBSERVATION 1 : Identifier les sources

MÉTHODE : travail par deux. Une demi-heure. On utilise un article de longueur moyenne découpé dans un journal.

- En lisant attentivement l'article, repérez et surlignez les différentes informations fournies par le ou la journaliste.
- Pour chacune des informations repérées, imaginez comment les journalistes ont pu savoir cela (en consultant des chiffres officiels, en interrogeant un spécialiste, en allant sur place...).
- Imaginez une ou deux autres sources supplémentaires que les journalistes auraient pu utiliser pour compléter leur article.

OBSERVATION 2 : Question de point de vue

MÉTHODE : travail en duo. Une heure. Sur base de faits divers préalablement découpés dans la presse ou imprimés sur un site d'info .

- Chaque duo travaille avec son fait divers : les élèves réécrivent l'information en adoptant chacun le point de vue d'une des personnes citées dans l'article (victime, témoin, policier, secouriste...).
- Comparez les différentes versions obtenues. La subjectivité de chacun a-t-elle modifié les faits ? A-t-elle influencé l'impression que laisse l'article ? Débattez.

Que fait-on de l'info ?

LE TRAVAIL DES JOURNALISTES



Les journalistes sélectionnent d'abord dans l'actualité ce qu'il y a à retenir ou chercher comme information.

Les journalistes prennent en compte : ce qui est nouveau, ce qui est proche, ce qui sera utile au public, ce qui aura des conséquences pour le public, ce qui mérite explication ou analyse...

Les journalistes traitent ensuite les informations qui ont été sélectionnées en les vérifiant (en confrontant des témoignages ou documents) et en les complétant (en contactant une spécialiste par exemple).

Ils essaient de répondre dans leur article aux six questions-clé : Qui ? (le sujet de l'info : une personne, une école, une équipe...) Quoi ? (« a mis en garde », « a gagné... ») Quand ? Où ? Comment ? (la façon dont ça s'est passé) Pourquoi ? (les causes, les objectifs, les raisons de ce qui s'est passé).

Cela peut déboucher sur trois sortes d'articles :

→ **Les faits bruts :** une information, la plus précise possible (ex. les circonstances d'un accident); une interview (ex. le témoignage d'un habitant d'un quartier inondé).

→ **Les faits expliqués :** une enquête, après l'étude d'un problème en allant sur le terrain, chez des spécialistes, sur les sites internet, etc. (ex. les inondations fréquentes dans un même quartier); une analyse, sur base de données rassemblées (dans des rapports, des archives,

sur le Net...) et expliquées (ex. l'argent de poche des jeunes et son utilisation).

→ **Les faits commentés :** un éditorial (l'avis de journalistes ou du journal sur un problème d'actualité); le billet d'humeur (la réaction personnelle de journalistes – ex. « Marre des smartphones »); une critique (le commentaire d'un livre ou d'un film par un journaliste qui l'a lu/vu et explique ce qu'il en pense).

DES AVIS LIBRES MAIS DES FAITS VRAIS

La démocratie permet à tous de s'exprimer librement, même sur les réseaux sociaux. Mais il faut toujours, comme les journalistes, faire la distinction entre :

- **l'opinion**, c'est-à-dire ce que nous pensons de quelques chose, notre avis sur tel ou tel sujet (la pollution, la protection des animaux, le travail des policiers, la qualité d'un joueur ou d'une chanteuse...). Cette opinion est libre : chacun peut avoir un avis et l'exprimer son avis en toute liberté.
- **les faits**, c'est-à-dire la réalité telle que chacun-e peut l'observer (les conditions de circulation, le prix de la nourriture ou d'un spectacle, le nombre de naissances dans un pays...). Les faits s'imposent : ils doivent toujours être respectés et rapportés avec exactitude. La liberté de tout dire ne permet pas de dire des mensonges.

OBSERVATION 1 : Faits et opinions

MÉTHODE : travail en duo. Deux fois une heure. Sur le site Internet d'un média d'information et/ou quelques quotidiens récents.

- Chaque duo identifie sur le site l'un ou l'autre article qui traduit l'opinion de journalistes (éditorial, billet d'humeur, appel aux lecteurs...) plutôt que des faits ou la narration d'un événement. Identifiez les arguments utilisés. Débattiez. Défendez brièvement une position différente.
- Dans le courrier des lecteurs (presse papier) ou l'espace ouvert aux réactions des internautes, identifiez les réactions qui traduisent une opinion. Que disent-elles ? Pourquoi ? Sur un sujet donné, rassemblez les différents arguments avancés. Débattiez. Imaginez pour quelques-unes des réactions quel avis vous pourriez ajouter sur le site consulté.

OBSERVATION 2 : Prévu et imprévu

MÉTHODE : travail individuel. Une heure. Avec des quotidiens récents.

- Chacun parcourt un journal en marquant de deux couleurs distinctes les événements prévus (manifestation, épreuve sportive, réunion internationale...) et imprévus (fait divers, décès d'une personnalité, transfert sportif...).
- Comparez le travail des journalistes pour un événement prévu et un autre, imprévu : compte-rendu, interviews, détails, illustrations, présence sur place, développements complémentaires, etc.
- Débattiez du caractère prévisible ou non de l'information (équilibre dans le journal, espéré/redouté, attendu/surprenant...).

Comment parlent les journalistes ?

LE LANGAGE DES JOURNALISTES

Les journalistes utilisent autant que possible des phrases courtes. En écrivant leurs articles, il leur faut respecter trois grandes règles :

→ Un langage adapté au lectorat :

pour le site d'info sur le Net (prioritaire, voir p.16) puis pour l'article écrit, le billet radio ou la séquence TV, les journalistes écrivent le plus simplement possible, même si tous les mots difficiles ne sont pas évitables (en politique il faut bien parfois parler de gouvernement, Région, ou budget ; en Justice, d'un mandat d'arrêt ou d'une condamnation avec sursis). En fonction de la rubrique concernée, les journalistes pourront s'autoriser des expressions spécifiques (les amateur-rices de foot connaissent le hors-jeu et la carte rouge, les cinéphiles savent ce qu'est la VO – version originale – ou un scénario).

→ **Un article court :** pour chaque information, la place sur le site d'info, dans le journal ou au JT (journal télévisé) est limitée. Les journalistes doivent donc, le plus souvent, écrire leur article de manière concise, en triant soigneusement les éléments d'information qu'ils veulent communiquer à leurs publics.

→ Un article pour un temps :

sur le Net, un article sera rapidement dépassé ou complété par un suivant qui apportera de nouvelles précisions. En presse écrite, un quotidien est remplacé dès le lendemain par une édition nouvelle. Les journalistes en tiennent compte en fixant leur article dans le temps (« à ce stade de l'enquête », « jusqu'ici », « en attendant les résultats de l'enquête »).

L'ILLUSTRATION

Dans le journal et sur le Net, l'image apporte un complément d'informations aux articles. C'est le plus souvent une photo (toujours accompagnée d'une légende qui permet de la situer dans son contexte), parfois un dessin (une caricature par exemple) ou une infographie (une carte, un graphique). Sur le Net, une vidéo peut parfois préciser ou compléter l'information écrite.

UN LANGAGE TROMPEUR : LES FAKE NEWS

Une fake news est une information fausse, fabriquée volontairement pour tromper. Elle affirme quelque chose avec assurance et cherche le plus souvent à provoquer notre émotion.

Une fake news peut être sans danger, par exemple quand elle est produite pour faire rire. Elle ressemble alors à une caricature proposée par un dessinateur : nous comprenons rapidement qu'il s'agit d'une invention, pour nous divertir ou nous faire réfléchir.

Mais une fake news peut aussi être malveillante, fabriquée pour nous faire croire quelque chose de faux ou provoquer des sentiments qui vont nous mettre mal à l'aise (indignation, colère, peur). Elles peuvent concerner toute la société ou être personnelles (dans les cas de harcèlement par exemple). Ce sont ces fake news-là qu'il faut repérer et éviter.

OBSERVATION 1 : L'art d'observer

MÉTHODE : *deux articles sur un même sujet. Ensuite un débat avec la classe entière. Une heure.*

- L'enseignant-e et un-e élève écrivent chacun un court article (10 lignes) sur un événement qui s'est produit dans l'école (incident dans la cour, organisation nouvelle du réfectoire, intervention du directeur dans une classe...).
- Les deux articles sont lus devant la classe, qui établit les comparaisons : ce qu'ont dit les deux auteur-rices, ce qu'a relevé l'un et pas l'autre, l'impression générale laissée par chacun des articles...
- Les différences s'expliquent-elles ? Comment ? Pourquoi ?

OBSERVATION 2 : Les bons titres

MÉTHODE : *travail individuel, avant une mise en commun et évaluation des titres imaginés. Une heure.*

Un titre doit être bref, clair, attirant. On peut éviter une forme verbale, imaginer quelques mots qui frappent comme un slogan. Sur base de cet exemple : « Le maillot jaune a chuté hier dans la descente du Tourmalet », simplifié en « Chute du maillot jaune, hier, dans le Tourmalet », puis en « Le maillot jaune au tapis », imaginez les titres que pourraient donner :

- *Un train a déraillé sur les hauteurs de Liège*
- *Les militaires se consultent depuis hier*
- *La neige est tombée sur toute la région d'Arlon*
- *À la table des négociations, l'entente est bonne mais il n'y a pas encore de résultats concrets*
- *Le prix de l'essence pourrait être augmenté de quelques centimes.*
- *L'accusé est poursuivi pour avoir roulé à 180 km/h.*
- *L'équipe nationale a remporté une belle victoire en se qualifiant pour le Mondial.*

Quelles règles à suivre ?

LA DÉONTOLOGIE DES JOURNALISTES

Les journalistes ont des obligations et des repères qui les aident à bien faire leur travail quand ils ou elles préparent les informations.

La loi et un code de déontologie s'imposent aux journalistes.

→ **La loi :** les journalistes sont tout particulièrement concernés par certaines lois qui touchent à la liberté d'expression : protection de la vie privée et des mineurs d'âge, interdiction de porter atteinte à l'honneur ou à la dignité des gens, interdiction d'inciter à la haine ou de diffuser des propos racistes. Comme tout le monde, les journalistes doivent respecter ces lois.

→ **Le code de déontologie :** la déontologie, ce sont les règles spécifiques qu'une profession se donne et que tout.e professionnel.le doit ensuite respecter. Le code des journalistes contient 28 articles (lire aussi ci-contre). Toute personne qui pense qu'un de ces articles n'a pas été respecté, peut s'adresser au Cdj (Conseil de déontologie — lecdj.be) et lui demander de le vérifier. Le Cdj existe en Belgique depuis 2009 et

prend une cinquantaine de décisions chaque année sur des articles ou reportages qui ont été contestés. Il rend publiques ses décisions (consultez lecdj.be)



QUELQUES EXEMPLES :

- les journalistes respectent la vérité et la rapportent avec honnêteté (art. 1)
- ils rectifient rapidement une erreur qu'ils auraient commise (art. 6)
- ils préservent leur indépendance et refusent toute pression extérieure (art. 11)
- quand ils accusent, ils proposent toujours à la personne mise en cause de donner son point de vue (art. 22)
- ils respectent la vie privée des personnes (art. 25)

SE DONNER DES RÈGLES

Les informations qui circulent peuvent aujourd'hui très facilement être relayées par celles et ceux qui les reçoivent, sur les réseaux sociaux notamment vers une connaissance ou un cercle d'amis-es. Pour éviter de donner de l'importance à une information qui serait fausse, on doit :

- toujours bien comprendre l'information qu'on reçoit (de qui vient-elle et que dit-elle exactement ?)
- ne jamais «liker» trop vite : prendre le temps de la réflexion
- ne pas relayer une information qui semble sans importance
- stopper une information qui peut faire du tort ou du mal à quelqu'un

En relayant vers nos amis une information erronée, ou une fake news, nous participons sans le faire exprès à sa propagation et, peut-être, au danger ou au mal qu'elle représente.

OBSERVATION 1 : Les mots gonflés

MÉTHODE : travail en duo.

Une heure. Avec des quotidiens récents ou sur un site d'info.

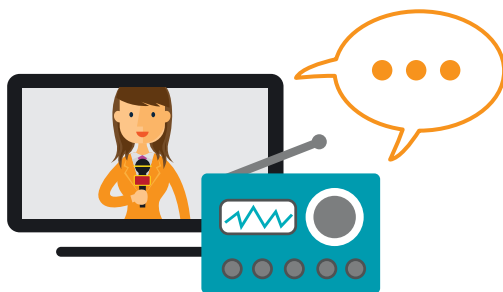
- Chaque duo identifie en parcourant un quotidien une dizaine de mots considérés comme « chargés émotionnellement » (scandale, exploit, émeute, catastrophe, « du siècle », désastre...). Vérifiez pour chacun d'eux le sens exact que leur donnent les dictionnaires.
- Pour quelques-uns des exemples repérés, faites une critique du terme utilisé (pertinence, exagération, voyeurisme, humour...). Trouvez le cas échéant un terme qui aurait été mieux approprié. Justifiez.

OBSERVATION 2 : Enquêtes express

MÉTHODE : Travail en trio. Deux fois une heure. Mettre en évidence les difficultés d'une information critique.

- Chaque trio choisit le sujet d'une enquête à mener rapidement (le budget de l'école, les moyens de déplacement des élèves, les études futures envisagées par les jeunes, etc.). Chaque groupe interroge rapidement quelques personnes permettant de rédiger un article sur le sujet choisi.
- Lisez en classe et commentez les articles rédigés. Tous les interlocuteurs imaginés au départ ont-ils pu être interrogés ? Les informations fournies sont-elles totalement sûres ? Ont-elles pu être vérifiées (« recoupées ») en consultant d'autres sources, sur Internet par exemple ? Débattiez.

LA RADIO, LA TÉLÉVISION ET LE NET



Les journalistes de la radio et de la télévision ne sont pas différent-e-s de leurs collègues de la presse écrite ou d'Internet. Leurs méthodes de travail sont presque les mêmes mais l'information prend une autre forme.

→ L'information parlée : la radio.

Les journalistes lisent devant le micro l'information à communiquer. Les journalistes réalisent ainsi un « billet », un article radiophonique. Ils ou elles peuvent en outre introduire dans leur billet un ou plusieurs extraits d'interviews, en précisant toujours le nom et la qualité de celui ou celle qui parle.

→ L'information en images :

la télévision. Les journalistes de télévision, qui ont travaillé sur le terrain avec un-e cadreur-euse (cameraman-woman) et parfois un preneur-euse de son, construisent une courte séquence en utilisant les images filmées pour faire mieux comprendre ce qui s'est passé. Ces journalistes introduisent le plus souvent dans le « sujet » un ou plusieurs extraits d'interviews qu'ils ont réalisées sur place.

→ **L'information sur Internet :** les journalistes qui alimentent le site info (ou l'application) de leur média utilisent souvent trois modes d'expression à la fois : l'écrit, en proposant un titre et un résumé de l'information ; le son, en y ajoutant un lien qui renvoie à une interview par exemple ; l'image, en joignant une vidéo, d'un accident capté par un témoin par exemple.

COMMENT ON LES REGARDE

Pendant très longtemps le JT (journal télévisé) n'a pu être regardé qu'à heure fixe (19h ou 19h30), dans son intégralité et dans l'ordre proposé par le ou la présentateur-trice. Internet a changé cela : les sites d'info des grands médias audiovisuels proposent désormais leurs JT « à la carte », souvent même sujet par sujet. Chacun consomme donc l'information à sa manière.

L'INFORMATION EN MOUVEMENT

Les médias d'information diffusent leurs informations sur différents supports :

- sur des réseaux sociaux (TikTok, Facebook...), via un compte au nom du média. L'information est diffusée rapidement. Elle est parfois encore peu développée ou expliquée.

- sur leur site ou leur application, l'information est diffusée dès qu'elle a pu être complétée. Une ou des illustrations (image, vidéo) l'accompagne souvent.

- sur leur support habituel (journal papier, radio, télévision) les journalistes ont pu rassembler des précisions, des explications complémentaires. Des témoignages de témoins, responsables, spécialistes y sont parfois intégrés.

Si le travail est effectué par un ou une journaliste, ces informations répondent toutes, à leurs différents stades, aux mêmes exigences professionnelles (lire aussi p.12) : la vérification et l'exactitude.



OBSERVATION 1 :

Editer un journal télévisé

MÉTHODE : travail en duo, avec l'édition d'un journal télévisé de la veille (qu'on peut retrouver sur le site d'info du média). Une heure.

- Chaque duo fait le relevé exact des sujets diffusés dans le journal télévisé, en fait la liste en respectant l'ordre de diffusion et pointe la durée approximative de chacune des séquences.
- Chacun établit ensuite un nouvel ordre des séquences (en ajustant éventuellement leurs longueurs), en laisse une ou deux de côté et la/les remplace par une ou deux informations récentes qui ne figuraient pas dans le JT. Justifiez votre choix. Débattre des différences avec l'original.



OBSERVATION 2 :

Croiser les médias

MÉTHODE : travail en trois groupes, avec un journal quotidien et la liste des sujets diffusés dans le journal télévisé de la veille au soir.

- Chaque groupe pointe les informations essentielles fournies par le quotidien.
- Comparez la liste établie avec la liste des sujets du JT. Débattre des différences. Commentez les informations fournies pour un événement que l'un et l'autre ont traité. Y a-t-il des différences ? Pourquoi ?
- Si vous disposez d'un accès à Internet, consultez un site d'informations générales. Y retrouve-t-on les mêmes informations ? Traitées de la même manière ? Pourquoi ?

INTERNET ET RÉSEAUX SOCIAUX

Sur nos écrans, toutes les informations ne sont pas également vérifiées et garanties....

Les journaux et groupes médiatiques proposent des sites d'information spécifiques. Ils mettent en ligne les articles du jour, ajoutent des liens, des photos, des vidéos. Ils proposent des espaces de commentaires. Les informations y sont sûres : elles ont été vérifiées par des journalistes.

Mais d'autres personnes nous alimentent aussi en informations — via des blogs personnels, une chaîne YouTube ou les réseaux sociaux (TikTok, Snapchat, Instagram...). Ces informations-là sont souvent correctes et intéressantes mais elles n'obéissent pas toujours aux exigences de l'information journalistique et sont parfois erronées, voire trompeuses (ou publicitaires).

Certaines concernent des faits, des événements, des discussions qui ont eu lieu, dans notre région ou loin dans le monde. Ces informations-là peuvent être transmises après un vrai travail de vérification, proche de celui des journalistes. Mais elles peuvent aussi avoir été

complétées de manière imaginaire, ou fausses. Elles doivent être prises avec prudence, vérifiées autant que possible à d'autres sources (lire aussi p.7 - Observation1 - et p. 19)

D'autres informations sont privées. Elles concernent ce que font nos amis ou nos proches. Elles entretiennent les relations entre nous. Nous en connaissons en général les auteurs et elles sont le plus souvent aisément vérifiables.



L'IA (INTELLIGENCE ARTIFICIELLE) : DES FAUX QUI ONT L'AIR VRAI

L'utilisation de l'IA (intelligence artificielle) s'est rapidement développée dans les années 2020. Elle permet désormais à chacun de produire facilement un document (texte, photo, son, vidéo) qui a toutes les apparences du vrai mais traduit peut-être simplement l'imagination de celui qui l'a demandé.

Cela exige de chacun une grande prudence car la qualité des logiciels d'IA est désormais telle que même l'observation attentive, d'une photo par exemple, ne permet plus nécessairement de voir qu'elle a été fabriquée.

Les grands médias d'information se sont imposés une règle : un document fabriqué grâce à l'IA peut être utilisé dans certaines circonstances mais le média doit toujours le signaler clairement (en fin d'article, en légende d'une photo, en annonce d'une vidéo). C'est une assurance que seuls les journalistes nous apportent.

OBSERVATION 1 : Le poids des légendes

MÉTHODE : travail deux par deux.

Environ une demi-heure. Fournir à chaque duo une photo découpée dans un journal, séparée de sa légende, qui est conservée à part.

- En observant la photo fournie, essayez de la remettre dans son contexte : où a-t-elle été prise ? A l'occasion de quel événement ? A quel moment ? Que montre-t-elle ? etc.
- En deux lignes, rédigez une légende pour votre photo.
- Chaque groupe lit à la classe sa légende imaginée. Comparez celle-ci avec celle qui figurait dans le journal. Commentez les différences.

OBSERVATION 2 : Transmettre des infos

MÉTHODE : travail individuel. Une heure.

Un article de longueur moyenne tiré des informations du jour (presse écrite ou site d'info).

- Une lecture à voix haute de l'article (avec son titre) est faite devant les élèves. Pas de prises de notes. Chacun rédige ensuite en quelques lignes un compte rendu des infos entendues.
- Lecture et comparaison des comptes rendus. Relevez les différences, les déformations, les omissions. Discutez les raisons de ces variations (subjectivité, concentration, clarté, opinion...).

RÉSEAUX SOCIAUX ET PLATEFORMES

Tous les circuits de l'information ne se valent pas

- TikTok (depuis 2016 - chinois)

Réseau social. Permet de créer et partager des vidéos courtes. Contacts entre ami-e-s. Propose aussi des informations qui pourraient nous intéresser. Souvent juste mais bien identifier la source des informations.

- Instagram (depuis 2010 - USA)

Réseau social. Partage de photos et de vidéos. Plateforme de communication entre personnes. Possibilité de fournir une appréciation et de laisser des commentaires (interactions très faciles). Attention aux influenceur-euses (conseils mais aussi recherche du succès, publicités déguisées)

- Youtube (depuis 2005 - USA)

Plateforme de partage de vidéos. Présence de chaînes de TV privées accessibles à tous. Permet de visionner des vidéos (demandées ou proposées). Fonctionne comme un média et comme un moteur de recherche. Parfois un vrai travail de journaliste, parfois non. Prudence.

X (ex-Twitter) (depuis 2006 - USA)

Réseau social de messages courts. Echange d'informations créées individuellement et adressées à des groupes de destinataires. Propagation rapide (possibilité de «retweeter» messages reçus) : très utilisé pour la propagande (diffusion d'informations pour faire croire à quelque chose). A éviter pour s'informer.

MAÎTRISER L'INFORMATION

Quand nous sommes connecté-e-s, nous recevons sans arrêt des informations. Nous ne les avons pas toujours demandées. La construction des réseaux sociaux est ainsi organisée : ils enregistrent automatiquement ce que nous lisons ou regardons souvent, ce qui semble nous intéresser le plus. Avec ces données le réseau peut alors orienter vers nous tout ce qui concerne nos goûts supposés.

Parmi toutes ces informations qui nous parviennent, il y en a qui n'obéissent pas aux exigences de l'information journalistique. Certaines peuvent même être fausses, ou inventées pour nous faire croire quelque chose. En cas de doute... :





Des pistes pour identifier les bonnes informations... et se méfier des fausses

Quand on a un doute face à une information, on peut se poser quelques questions qui vont permettre d'y voir plus clair :

- cette information est-elle reprise par d'autres personnes (vérifier via une recherche avec des mots-clés sur d'autres canaux d'informations) ? Les explications fournies sont-elles partout les mêmes ? Qu'est-ce qui pourrait expliquer les éventuelles différences ?
- qui sont les auteur-trices de l'information (les sources) : qui a écrit cet article, capté cette vidéo ? S'est-il identifié ? Est-ce une personne que je connais, une journaliste ou un média dont c'est le métier ? Un spécialiste, une scientifique ? Une influenceuse, un annonceur ?
- qui sont ceux ou celles qui donnent leur avis dans le texte ou le reportage : parlent-ils de ce qu'ils connaissent bien (un sportif sur le cyclisme, un vétérinaire sur les animaux) ? Sont-ils de simples témoins ou des spécialistes avec une réputation de personnes sérieuses ?
- quels sont les éléments fournis pour expliquer l'information : y en a-t-il ? Les faits sont-ils précisément décrits, les documents vérifiés (une photo, un PV après un accident, une expérience scientifique...) ?
- pourquoi me donne-t-on cette information ? (pour m'apprendre quelque chose d'important ? Pour m'indigner ? Pour me convaincre de quelque chose ?)

Aller voir du côté des journalistes

La consultation du site ou de l'application d'un média où travaillent des journalistes (lire aussi p. 12) est un bon moyen de vérification. La recherche par mots-clés y permet :

- de vérifier qu'une information est bien confirmée (et de trouver l'une ou l'autre explication complémentaire). Si c'est le cas, l'information est fiable, on peut même la relayer vers d'autres.
- de ne rien trouver à ce sujet sur les médias d'information : cela ne signifie pas que l'information est fausse (un média peut ne pas avoir encore eu le temps d'en parler, ou de la vérifier) mais il vaut mieux alors être prudent.



Textes: Alain Vaessen

Conception graphique et mise en page: Saysouk Graphic design

Illustrations: iStock

Editrice responsable: Martine Simonis

AJP, Maison des Journalistes, 21 rue de la Senne, 1000 Bruxelles

Avec le soutien de la Fédération Wallonie Bruxelles

AJP Association
des Journalistes
Professionnels
UNION PROFESSIONNELLE

WB
FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

Pour inviter un-e journaliste en classe : contactez l'AJP - France Sandront.

Tél: 02 777 08 60 • jec@ajp.be

• www.jec.be

