

14<sup>e</sup> Semaine des médias à l'école - Fiche pédagogiqueInfo gratuite :  
où est le problème ?

**Public concerné :** 14-20 ans

**Lien avec le PER :**

**FG 31 MITIC** "Exercer des lectures multiples dans la consommation et la production de médias et d'informations...en analysant les formes et les finalités de sites Internet et de supports électroniques...en vérifiant les informations reçues des médias et en en produisant selon les mêmes modes"

**Temps nécessaire :**

1 à 4 périodes

**Matériel nécessaire :**

connexion Internet, beamer, éventuellement captures d'écran polycopiées de pages Internet ou d'articles mentionnés dans la fiche

**Mots-clés :** information, actualité, gratuité, info payante, info gratuite

## Résumé

«*Tout est là sur le web, pourquoi je payerais ?*» La grande majorité des internautes veulent une information gratuite et sans publicité. Mais alors qui va en payer la production ?

En Suisse, dans la tranche des 12-19 ans, environ quatre jeunes sur cinq utilisent régulièrement (au moins plusieurs fois par semaine) Google, YouTube ou les réseaux sociaux pour s'informer ; 38% fréquentent des portails de presse ([étude JAMES 2016](#)).

L'info gratuite n'est pas forcément de mauvaise qualité. On y trouve notamment les dépêches d'agences, élaborées selon des critères journalistiques rigoureux. Ce ne sont pas les agences qui les postent, mais des médias abonnés qui s'en servent comme appâts.

Toutefois fait-on attention aux auteurs des informations circulant sur le web ? Selon des sondages, moins de la moitié des gens voient de qui viennent les nouvelles

circulant sur les réseaux sociaux. Or ceux-ci sont devenus la source principale de nouvelles pour 22% des jeunes adultes en Suisse ([Annales Qualité des médias 2016](#)). Le risque de «malinfo» est accru par les «bulles de filtres» : on ne reçoit que ce qui est supposé nous plaire.

Qu'est-ce que la qualité ? C'est une information vérifiée, pondérée (degré d'importance, impact sur le public), analysée, mise en perspective avec des avis divers.

Selon les Annales 2016, la majorité du public continue à accorder davantage de confiance à l'information venant des journaux. Suffisamment pour la payer? Comme on accepte de payer pour regarder des matchs en direct sur des chaînes privées ?

L'un des risques majeurs de cette évolution est d'aboutir à une information à deux vitesses : la bonne serait réservée à ceux qui savent la chercher, la trouver et sont prêts à la payer.

---

## Objectifs

- Mesurer la différence entre une information superficielle, imprécise, et une information de meilleure qualité
  - Comprendre par quels mécanismes une information est gratuitement disponible sur Internet alors qu'elle est normalement payante
  - Donner à réfléchir sur la valeur de l'information, pour soi et pour le fonctionnement d'une société démocratique
- 

## Étapes suggérées

### 1 ou 2 période(s)

#### Ouvrir par une discussion.

- > Demander aux élèves comment ils s'informent.
- > Y a-t-il des élèves qui paient pour de l'information ? De quel type ?
- > Est-il normal à leurs yeux que l'information soit gratuite ? Comment se fait-il qu'elle le soit ? L'info gratuite est-elle à leur avis de qualité suffisante ?
- > Des élèves utilisent-ils des bloqueurs de publicités (AdBlocks) ? Savent-ils que les annonceurs paient les médias et que ça finance en partie l'information ?

Puis proposer un exercice parmi les quatre propositions ci-dessous.

#### A. Le sujet du jour

**1. Présenter par beamer** un sujet du jour sur Google actualités (**sélectionné au préalable**). Choisir un sujet présentant une dimension spectaculaire, qui suscite une variété de traitements médiatiques. Le moteur de recherche va afficher plusieurs liens.

Ouvrir la discussion.

- > Les élèves remarquent-ils d'où viennent les articles ? Est-ce pour eux un critère dans leur choix de lecture ? Parmi les liens proposés, lequel choisiraient-ils et pourquoi ?
- > Si l'article provient d'un média non gratuit, pourquoi à leur avis l'information est-elle ici accessible gratuitement ?
- > Les élèves connaissent-ils les outils de sélection de Google ? La popularité d'une information est-elle une bonne mesure de sa qualité ?

**2. Distribuer deux articles** sur le sujet du jour, que vous avez **sélectionnés au préalable** pour leur différence de traitement : l'un plus superficiel, l'autre plus approfondi. Laisser lire chacun, puis ouvrir la discussion.

- > Quelles sont les différences entre les deux articles ? Le plus «superficiel» donne-t-il suffisamment d'informations ?

**3. Conclure** par des explications sur la crise de la presse : difficultés à vendre l'information et chute des revenus publicitaires (*liens ci-dessous*).

## B. Le coût d'un article

1. **Faire lire** un article sur un sujet qui touche les élèves.

> Voici **deux propositions** qui peuvent être traitées seules ou pendant le même cours : [«Les parents sont trop anxieux pour laisser leurs enfants sortir seuls dans la rue»](#), *Le Matin dimanche*, 27.11.16 ; [«Les tués sont laissés par terre»](#), *Le Matin*, 02.12.16.

> *Ouvrir la discussion : dans l'un et/ou l'autre cas, quel a été le travail de la journaliste ?*

> *Attirer l'attention des élèves sur des mesures de l'ampleur du travail :*

- dans le cas de l'article du *Matin dimanche* : la lecture de l'étude ; 8 interlocuteurs cités ; recherches complémentaires (cas dans d'autres pays) ; réalisation d'une infographie.

- dans le cas de l'article du *Matin* sur la Syrie : 2 interlocuteurs, un rapport cité.

> *Question: combien d'heures de travail pensent-ils qu'il a fallu à la journaliste ? (Laisser la réponse ouverte).*

> *Dans l'article sur la Syrie, noter la première phrase : la différence soulignée entre le témoignage et la TV. Les élèves sentent-ils cette différence en lisant l'article ? Pourquoi ? Qu'apporte de plus cet article ?*

> *Si l'article n'était pas accessible en ligne (celui du *Matin dimanche* ne l'est pas intégralement, celui du *Matin pas du tout*) : combien seraient-ils prêts à payer pour un article comme celui-ci ?*

2. **Proposer aux élèves une recherche sur Internet** sur le même thème (enfants dans la rue, Syrie ou autre). La

recherche peut se faire sur leurs portables, ou un élève effectue la recherche sur PC avec beamer, les autres participent en faisant des suggestions.

> *Que trouvent les élèves en accès gratuit ? Qu'en pensent-ils ?*

3. **En conclusion** : demander aux élèves ce que ces exercices leur ont appris. Eventuellement donner quelques informations sur la crise de la presse.

## C. Les sources

1. **Proposer aux élèves de choisir un sujet du jour.**

> *Leur demander d'aller chercher des informations selon leurs habitudes, par leurs téléphones portables (ils peuvent se mettre à deux ou trois), pendant 10 ou 20 minutes. Préciser qu'ils devront mentionner l'origine des informations. Tour d'horizon des résultats. Un sujet du jour incontestable s'impose-t-il ?*

2. **Recenser** au tableau les plates-formes et sites utilisés, ainsi que les sources des articles (médias ou autres).

> *Où ont-ils trouvé les contenus les plus intéressants ? Connaissent-ils les sources ?*

> *Un élève a-t-il vu une proposition d'information payante ? L'information obtenue gratuitement est-elle suffisante ? Que manque-t-il, ou qu'aimeraient-ils savoir de plus ? Savent-ils comment le chercher ?*

3. **Présenter par beamer** les résultats obtenus sur Google actualités, ou un autre moteur de recherche, concernant ce

même sujet. Ouvrir la discussion.

> *Les élèves remarquent-ils d'où viennent les articles ? Est-ce pour eux un critère dans leur choix de lecture ? Lequel choisiraient-ils et pourquoi ?*

> *Si l'article provient d'un média non gratuit, pourquoi à leur avis l'information est-elle ici accessible gratuitement ?*

(Réponse : les médias d'information ont pris l'habitude de mettre une part de leurs articles en accès libre à titre promotionnel, mais cette pratique recule ; des articles sont rediffusés par des clients ou abonnés de ce média, qui y perd en revenus mais renonce à poursuivre tous les «pirates»).

> *Les élèves connaissent-ils les outils de sélection de Google ? (Mots-clés, nombre de clics). La popularité d'une information est-elle une bonne mesure de sa qualité ?*

**4. En conclusion :** demander

aux élèves ce que ces exercices leur ont appris. Eventuellement donner quelques informations sur la crise de la presse.

**D. Exercice possible en complément: la vérification.**

**1. Proposer une ou des étude(s) de cas.**

Les cas peuvent être choisis parmi ceux proposés par le site *Hoaxbuster*

<http://www.hoaxbuster.com/> ou par le *Guide de vérification* (voir le sommaire à la colonne de gauche): [http://verificationhandbook.com/book\\_fr/chapter1.1.php](http://verificationhandbook.com/book_fr/chapter1.1.php)

> *Demander à un porte-parole de chaque groupe de résumer le cas.*

**2. Ouvrir la discussion.**

> *Comment savoir ce que vaut une information, une image, une vidéo que les élèves trouvent ou reçoivent sur Internet ? Regardent-ils la provenance des contenus ?*

---

## Pour aller plus loin

Etudes JAMES 2016 sur la pratique des médias par les jeunes de 12 à 19 ans :

<http://www.e-media.ch/documents/showFile.asp?ID=8896>

Annales Qualité des médias 2016 de l'Université de Zurich :

[http://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:7238ada0-294f-49a9-a5b7-f797f2458ff7/Medienmitteilung\\_JB\\_2016\\_fr.pdf](http://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:7238ada0-294f-49a9-a5b7-f797f2458ff7/Medienmitteilung_JB_2016_fr.pdf)

Fiche du CLEMI sur la gratuité de l'information :

<http://clemi.spip.ac-rouen.fr/?La-gratuite-de-l-information>

«L'information gratuite n'existe pas», un appel du *Monde diplomatique* à ses lecteurs :

<https://www.monde-diplomatique.fr/carnet/2010-10-07-information>

Comment les bloqueurs de publicité (Adblocks) menacent les médias gratuits :

<http://www.inaglobal.fr/presse/article/comment-la-presse-gratuite-en-ligne-fait-face-aux-adblocks-8814>

*Hoaxbuster* est un site qui traque les fausses informations. Il s'intéresse ici aux pratiques de Google et Facebook :  
<http://www.hoaxbuster.com/hoaxliste/facebook-google-coupen-la-desinfo>

Le «Guide de vérification» publié par le Centre européen du journalisme :  
[http://verificationhandbook.com/book\\_fr/chapter1.1.php](http://verificationhandbook.com/book_fr/chapter1.1.php)

Sur la crise de la presse : «Presse écrite: le point de bascule» (*L'Hebdo* 2014) :  
<http://www.hebdo.ch/hebdo/cadrages/detail/presse-%C3%A9crite-le-point-de-bascule>

Magazine Edito 2016/5 :  
<http://www.e-media.ch/documents/showFile.asp?ID=8993>

---

**Alain Maillard**, journaliste, responsable du magazine EDITO, décembre 2016.

