

La recherche documentaire sur Internet

Grille d'évaluation de la fiabilité d'un site Internet

Cette grille d'évaluation est exclusivement réservée aux enseignants. Les connaissances et compétences qui sont mises en œuvre pour l'utiliser ne sont pas à la portée des élèves d'école élémentaire.

La réflexion sur l'évaluation de la fiabilité d'un site s'articule en 2 parties :

- réflexion sur l'auteur et l'information
- réflexion sur le site Internet visité

Dans chaque partie, l'évaluation se fait en 2 temps :

- recherche des indices de confiance
- recherche des indices de défiance (qualité du site douteuse, demande d'informations personnelles, contradiction avec une autre source plus fiable, éléments troublants, etc.)

L'auteur et l'information

Le plus souvent ces renseignements sont trouvés à partir de la page d'accueil.

1. L'auteur de la page est-il identifié ?

Si l'auteur de la page n'est pas identifié, personne n'est responsable de l'information délivrée, il vaut mieux passer son chemin.

2. La fonction et/ou les compétences de l'auteur sont-elles mentionnées ?

La fonction ou les compétences précisées peuvent renforcer la confiance envers le site, sans pour autant toujours constituer un élément déterminant.

3. L'auteur écrit-il à titre personnel ou pour une collectivité ?

Quand l'information est délivrée par une collectivité, elle engage une structure organisée. C'est un indice supplémentaire de fiabilité.

4. Quel type de collectivité publie ce site ?

- Un organisme officiel : Les sites institutionnels sont supposés fournir un service public. Les informations sont donc généralement vérifiées et validées.

- Un éditeur : De par leur nature, les contenus publiés sont fiables malgré une activité commerciale manifeste.

- Un organisme de presse : La presse travaille dans le respect de la déontologie, mais avec plus ou moins de neutralité et de fiabilité. Le plus souvent, les publications des éditeurs de presse enfantine présentent une grande fiabilité.

- Une entreprise : Les informations délivrées par les entreprises ne sont jamais totalement objectives, même si les documents proposés sont souvent de grande qualité. Il est nécessaire de rappeler que la publicité moderne se cache souvent derrière des publi-reportages (en particulier dans le domaine de l'alimentation).

- Une association : Selon l'association et les buts visés, la fiabilité du contenu sera variable. La prudence est donc de rigueur, même si de nombreux sites sont de très grande qualité.

Quelques motivations de publication

- L'altruisme (nous voulons partager notre connaissance)
- L'égoïsme (nous cherchons à être admirés)
- Le commerce (nous cherchons à vendre nos produits)
- Le prosélytisme (nous voulons répandre nos idées)

A l'origine de la publication d'un document, il existe des motivations différentes qui peuvent se conjuguer, voire varier sur le même site. Par exemple, sur le site Wikipedia, en général le contenu de l'information est fiable, mais il peut également avoir été altéré temporairement. Lorsqu'un historique des modifications de publication existe, il peut être utile de consulter.

5. L'auteur peut-il être contacté ?

Il est nécessaire d'avoir au moins un des éléments suivants : adresse e-mail, adresse physique, numéro de téléphone. Sans possibilité de contacter l'auteur, il n'est pas possible de vérifier la véracité des informations avancées.

6. La date de publication ou de mise à jour est-elle indiquée ?

Une information sans date de publication ou de mise à jour n'a pas une grande valeur. C'est le critère essentiel pour vérifier la pérennité de l'information. Une information valide aujourd'hui, ne le sera pas forcément demain. Par exemple, la carte politique de l'Europe a été modifiée à de nombreuses reprises.



Le site Internet

1. L'adresse URL du site est-elle liée à un nom de domaine acquis ?

Les noms de domaines acquis soulignent un objectif de publication par opposition aux pages personnelles qui permettent de s'exprimer librement. Sans être déterminant, cet indice peut être utile. Même si n'importe qui peut acheter un nom de domaine, ce choix révèle une motivation et un engagement particulier.

2. La qualité du site laisse-t-elle douter de la qualité de l'information ?

Tout ce remet en cause la qualité d'un site doit nous inciter à nous interroger sur sa validité.

- L'organisation de l'information

Si les informations sur le site ne sont pas organisées rationnellement, cela donne un indice sur le manque de rigueur de la publication.

- Les fautes d'orthographe

Sans être directement liées à la validité de l'information, leur présence excessive révèle un manque de soin qui peut faire douter de l'information.

- Les liens inactifs

Les liens inactifs peuvent mettre en évidence le fait que le site n'est pas régulièrement mis à jour. Ce qui peut inciter à douter de sa fiabilité.

- Le non-respect du droit d'auteur

Si des portions de documents connus sont cités sans leurs sources (articles, photos) et que le droit d'auteur n'est pas respecté, on est en droit de se demander si l'information est fiable.

- La publicité omniprésente

Quand la publicité occupe trop de place, il devient évident qu'elle est le but essentiel de la publication, cette priorité peut nuire à la lisibilité et à la fiabilité de l'information.

3. Faut-il répondre à des questions personnelles pour avoir accès à l'information ?

Toute demande d'information sur l'internaute risque d'entrer en contradiction avec les principes de sécurité élémentaires. L'enseignant doit veiller à ce que les élèves puissent accéder à l'information sans donner d'informations personnelles.

Pour conclure

1. Les indices de confiance sont-ils plus forts que les indices de défiance ?

Il est toujours souhaitable de croiser les sources d'information, mais en cas de doute de la fiabilité du site, il est nécessaire de le faire.

2. L'information contredit-elle celle que j'ai trouvée ailleurs ?

Si c'est le cas, un examen supplémentaire est nécessaire. Quelle source semble la plus fiable ?

Ceci nous incite à réfléchir sur la hiérarchisation des sources d'information. Par exemple, un article sur un site de presse n'a pas la même valeur que la réflexion d'un inconnu sur un forum.

