

# Débusquer l'inaux

Par Christine Gensanne, professeur certifié de lettres modernes

## Sommaire

### Étape 1. La planète Infaux

**Séance 1 :** Circonscrire le champ de l'inaux

**Séance 2 :** L'inaux revendiquée comme telle :

- Le poisson d'avril médiatique ;
- Les nouveaux médias parodiques.

**Séance 3 :** L'inaux qui s'avance masquée :

- Quand les lobbies nous infaument ;
- L'inaux dans la Presse avec un grand P.

**Séance 4 :** Suggestions de devoirs

### Étape 2. « Comment s'assurer du bien-fondé de l'information ? »

**Séance 5 :** Vérifier ses sources

**Séance 6 :** Supprimer les sources ?

**Séance 7 :** Devoir oral

**Durée de la séquence :** 12 heures.

## ► OBJETS D'ÉTUDE : Construction de l'information « Comment s'assurer du bien-fondé de l'information ? »

## Présentation

« Au terme d'une journée passée, en Corrèze, avec le candidat socialiste de la normalitude, François Hollande, l'ancien président Jacques Chirac s'est laissé aller à cette confidence : "Je voterai pour lui... sauf si Juppé se présente." » Contrairement aux apparences, ceci n'est pas un poisson d'avril.

Trêve de plaisanterie : démêler le vrai du faux dans les médias aujourd'hui relève souvent de la gageure, même pour des professionnels de presse chevronnés. Serait-ce que l'inaux s'insinue toujours davantage dans le champ médiatique ? En tout cas, l'opinion le suppose, et la confiance aveugle qu'elle affichait jadis à l'endroit de la presse a cédé la place à une défiance indéboulonnable.

L'inaux est pourtant une vieille affaire, car des « occasionnels » paraissent dès le <sup>xvi</sup><sup>e</sup> siècle. Ces feuilles volantes à parution aléatoire rencontrent un succès populaire non démenti jusqu'au <sup>xviii</sup><sup>e</sup> siècle. Elles relatent des « faits divers » surnaturels ou à sensation, saturés de forts marqueurs de véracité, qui frappent l'imagination du lecteur, et finissent généralement sur une note édifiante, qui les rapproche – toute proportion gardée – de l'apologue. Au <sup>xix</sup><sup>e</sup> siècle, le canard remplace l'occasionnel. Le nom change ; le fond et la forme restent. Le vrai neuf, c'est son entrée triomphale dans la grande presse en pleine expansion, qu'il envahit, voire gangrène, aux dires de contemporains. Peu à peu, le souci d'édifier se perd, car les faits rapportés fascinent le lecteur autant qu'ils le révoltent.

Qu'est-ce qui distingue l'inaux contemporaine de l'occasionnel et du canard réunis ? Sans doute son élaboration technique supérieure, mais surtout sa réception. Grâce à la démocratisation de l'instruction, le lecteur du <sup>xxi</sup><sup>e</sup> siècle est – théoriquement – davantage apte à détecter l'inaux que le lecteur du passé – plus crédule – notamment en ce qui concerne le pur surnaturel, même si cela reste relatif (cf. canular d'Orson Welles sur l'invasion martienne).

Quelle fonction remplit l'inaux ? Au-delà de sa dimension ludique, et sans doute aussi grâce à elle, elle constitue un exercice de salubrité publique : se faire berner – même gentiment – fait réfléchir. D'une part, l'inaux satirique dénonce les dérives du monde des médias, les invitant par là même à se réformer ; d'autre part elle nous appelle à la vigilance : tout n'est pas crédible. Donc, pratiquer régulièrement l'inaux peut donner des clés pour décrypter ce qui est véritablement manipulateur.

## Les + numériques

Dans cette séquence, vous pourrez exploiter les ressources multimédia suivantes\*, disponibles sur le site NRP dans l'espace « Ressources abonnés ». Rendez-vous sur <http://www.nrp-lycee.com>.



- Lexique de l'inaux
- Lecture de *La Fabrication de l'information* de F. Aubenas et M. Benasayag
- Fiche évaluer ses sources
- Que répondent les journalistes à la question du programme ?

\* Certaines de ces ressources sont réservées aux abonnés numériques (abonnés Papier + numérique ou 100 % numérique).

Vous prolongerez facilement la séquence en migrant vers des domaines voisins : le pastiche, la satire, l'adaptation et la parodie entretiennent par exemple des liens étroits avec l'*infaux*. En interdisciplinarité, le thème de la relativité du vrai permet d'étendre l'analyse au concept de *vérité* en philosophie, et à la question de la fiabilité des sources en histoire. Interroger l'aptitude du récepteur à détecter l'*infaux* a aussi son intérêt : laquelle lui échappe s'il est insuffisamment éduqué, peu ou mal renseigné, conditionné par des croyances ou des idéologies.

## ÉTAPE 1. La planète *Infaux*

### Objectifs :

- Distinguer information, commentaire, prise de position.
- S'interroger sur le contexte de production d'une information.
- Rédiger un article de presse en tenant compte des contraintes du genre journalistique.

### SÉANCE 1 Circonscrire le champ de l'*infaux*

**Durée :** ½ heure à 1 heure.

**Supports :** Sites d'*infaux* (cf. séance 2).

Jetez la classe dans le grand bain en projetant directement un article de presse relevant de l'*infaux*. Après sa lecture et les réactions à chaud des élèves, faites définir le mot, synthétisez sa définition en l'enrichissant de vocabulaire technique (**Ressource numérique** : Lexique de l'*infaux*), et montrez son intérêt.

Le mot *infaux* est un néologisme créé sur un « mot-valise », fusionnant la dernière syllabe du diminutif familier du mot « information » (obtenu par apocope) : « info », et la première (et unique) syllabe de l'adjectif « faux ». Les deux mots sont ainsi amalgamés en un seul, qui signifie évidemment « fausse information ». L'amalgame lui confère une dimension nettement plus accrocheuse.

### → Exercice

À traiter après avoir brièvement révisé les registres de langue, le champ lexical, et vidéo-projeté des lexiques numériques, en demandant à la classe de noter comment ils sont réalisés : titre technique « *Lexique* », mise en page, ordre alphabétique, mot en gras, brève définition, (éventuellement) exemple.

1. Indiquez des mots ou groupes de mots synonymes du néologisme *infaux* (ou appartenant à son champ lexical) dans les registres de langue soutenu, courant, familier, et argotique.
2. Proposez des mots anglais se rapportant à l'*infaux*.
3. À partir de ces éléments, créez un lexique de l'*infaux*, en respectant la forme canonique du lexique.

### → Questions

À traiter après avoir opéré la distinction *article d'information* / *article de commentaire* et défini *prise de position*.

Pourquoi s'attacher à l'*infaux* en 2<sup>de</sup> Pro ? C'est qu'elle pullule désormais – les nouveaux médias se développant – et plaît beaucoup : le site parodique *Le Gorafi* peut par exemple se targuer de recevoir plus d'un million de visites par mois. Par ailleurs, il faut doter les nouvelles générations de moyens de la détecter et de se défendre contre ses éventuels effets pernicioeux : ce que s'emploiera à faire l'étape 1 de la séquence. L'étape 2 traitera la question au programme : « Comment s'assurer du bien-fondé de l'information ? »

1. Qui produit l'*infaux* selon vous ?

2. Pourquoi diffuser des *infaux* ?

3. L'*infaux* est-elle plus présente dans l'*article d'information* ou dans l'*article de commentaire* ? Justifiez-vous.

4. Considérez-vous que ne pas divulguer une information relève de l'*infaux* ? Justifiez-vous.

### → Éléments de réponse

1. Des professionnels issus du monde des médias, car ils imitent à la perfection de véritables articles. Ils restent souvent anonymes et bénévoles.

2. Trois buts se font jour : divertir le récepteur, (auto)critiquer les médias (avec le sourire mais sans concession) manipuler les consciences.

3. Les *articles de commentaire* déploient une prise de position subjective argumentée : c'est là que l'*infaux* devrait donc se loger de préférence, les *articles d'information* étant censés s'en tenir objectivement aux faits nus. Paradoxalement, on constate que ce sont les articles d'information qui constituent son support privilégié.

4. Le mensonge par omission relève de l'*infaux* manipulatrice (on cache volontairement une information importante au lecteur qui pourrait lui être utile), en revanche, il n'en relève plus quand l'*infaux* ne cherche qu'à divertir.

### SÉANCE 2 L'*infaux* revendiquée comme telle

### → Le poisson d'avril médiatique

**Durée :** 2 heures.

**Supports :**

- Corpus de poissons d'avril de presse récents : consultez les archives d'un quotidien régional ou national.
- Listes et résumés indicatifs de *poissons* médiatiques : entrez sur Google « Poissons d'avril dans la presse ».

Les médias sacrifient chaque année à la tradition du *poisson d'avril*, dans un but purement ludique. Tout le sel de sa pêche résidant dans un jeu de cache-cache, le *poisson* doit être soigneusement tapi dans les pages du journal et non évident, afin que le doute persiste jusqu'au 2 avril, où il sera levé dans les colonnes de l'organe de presse.

## Exercice 1 : « La puce à l'oreille »

1. Cherchez le *poisson d'avril* dans les pages d'un quotidien régional complet.
2. Relevez, dans un corpus d'articles *poisson d'avril*, les indices permettant de l'identifier comme tel.

### Éléments de corrigé

- Le journal est daté du 1<sup>er</sup> avril.
  - Le lendemain, un bref « *Avis au lecteur* » ou « *C'était un poisson* » ou « *Poisson d'avril* » divulgue quel est le poisson d'avril. Si le *courrier des lecteurs* s'affole, témoignant d'inquiétudes liées au poisson, l'*avis* produit un démenti circonstancié.
  - Le poisson doit être bien dissimulé, pour rendre la pêche plus excitante.
  - L'article *poisson d'avril* est unique : seul ce journal-là le publie (alors qu'on s'aperçoit, en surfant sur la presse en ligne, qu'un article « *normal* » se retrouve toujours, presque à l'identique, dans d'autres journaux).
  - Son paratexte et le thème qu'il traite font davantage réagir que ceux d'un article « *normal* » : titre-acroche étonnant / signature par pseudonyme ludique / thème qui interpelle...
  - Le sujet traité est léger, superficiel : sans rapport avec des choses graves ou fondamentales.
  - Aucune intention manipulatrice ne s'y détecte.
  - De vraies informations se mêlent indistinctement à l'*infaux*.
  - Pour crédibiliser le poisson :
- L'article part d'une base réelle, tirée de l'actualité brûlante ; les détails abondent, donnant l'impression que l'auteur est bien renseigné ; les *lois de proximité*, activées, ciblent le lectorat régional : personnalités locales, endroits voisins... ; les *lieux rhétoriques* les

plus courants s'y retrouvent (*argument d'autorité, données chiffrées, témoignage*).

## Exercice 2 : « Écrire un poisson d'avril »

À partir d'une liste résumant des *poissons d'avril* de presse récents : choisissez-en un et développez-le dans un article d'environ 20 lignes, assorti d'un paratexte complet : titraillle, signature, image, encadré (cf. fiche visualisant l'article de presse : NRP n° 43 et 58).

## → Les nouveaux médias parodiques

**Durée :** 2 heures.

**Supports :** Titres d'*infaux*.

**France :**

- *Gorafi* (anagramme du *Figaro*) [www.legorafi.fr](http://www.legorafi.fr)
- *Bilboquet magazine* <http://www.bilboquet-magazine.fr/>
- *La Nouvelle Observatrice* <http://lanouvelleobservatrice.hautetfort.com>
- *Agence France Presque* (sur Twitter)
- *Le Courrier des Échos* <http://www.lecourrierdesechos.fr>
- *Darons* (pastiche du magazine *Parents*) [www.darons.net](http://www.darons.net)
- *Sud ou Est* [www.sud-ou-est.fr](http://www.sud-ou-est.fr)
- *Le Sprat enchaîné*
- *Veux jidéos*

**Étranger :**

- *The Onion* (E.U.)
- *Njuz* (Serbie)
- *The Clinic* (Chili)



▲ Capture d'écran du site parodique [www.darons.net](http://www.darons.net)



▲ Capture d'écran du site parodique [www.legorafi.net](http://www.legorafi.net)

Pièges à lecteur non attentif ou non averti, parfois difficiles à détecter, les médias parodiques inscrivent un fond pipé dans une forme impeccable, car ils imitent la véritable présentation, les codes traditionnels, l'*editing* et les techniques professionnelles des journaux qu'ils tournent en dérision. Des déclarations d'intention ou des onglets explicatifs (comme l'« À propos » du *Gorafi*) revendiquent clairement la fausseté du discours tenu. Malgré cela, même des journalistes professionnels trop pressés s'y engluent et relaient durablement l'*infaux*. Le plus célèbre piégeage récent est sans doute « Kim Jong Un, l'homme vivant le plus sexy de l'année 2012 », en provenance de *The Onion*, et relayé au mot près par le *Quotidien du peuple chinois* sans que ce dernier en ait saisi l'intention satirique. La difficulté de traduire l'ironie d'une *infaux* en langue étrangère a sans doute contribué à l'erreur d'interprétation.

### Exercice

Demandez de distinguer des articles parodiques d'articles « normaux ». Pour cela, constituez un corpus de six articles numériques brefs, pour moitié extraits de la presse régionale et nationale ; et pour moitié de la presse satirique. Mélangez-les. Projetez-les en demandant une prise de notes. La distinction faite, déterminez avec la classe quelles différences présentent les médias parodiques avec le *poisson d'avril* et la presse « normale ».

### Éléments de réponse

Les spécificités des médias parodiques dépendent de l'organe de presse satirique support, mais on observe trois constantes : le doute sur la fausseté de l'information n'est pas permis ; le trait est forcé ; l'article rebondit sur l'actualité la plus récente (illustrez ces remarques à l'aide de sites d'*infaux*).

## SEANCE 3 L'infaux qui s'avance masquée

**Durée :** 1 à 2 heures.

#### Supports :

- Corpus d'actualité sur une *infaux* polémique récente et à épisodes. Exemples : la bataille sur les OGM ou les produits Monsanto ; l'attaque contre l'ABCD de l'égalité de l'école publique (à savoir l'accusation d'enseigner la théorie du genre ; « l'école apprendrait aux garçons à devenir des filles » ; appel au boycott de l'école un jour par mois en signe de protestation ; demande de retrait du film *Tomboy* ; mise en cause d'une maîtresse d'école).
- *La Fabrication de l'information*, F. Aubenas, M. Benasayag, éditions La Découverte, 1999.
- Page Wikipedia « Scandales journalistiques ».

## → Quand les lobbies nous infaument

L'*infaux* manipulateur émane généralement de lobbies d'entreprises, de lobbies scientifiques, politiques, religieux... Contrairement aux cas précédents, cette *infaux*-là ne se déclare pas mensongère – bien au contraire – alors même qu'elle nie la plupart du temps des faits avérés et prouvés. Elle loge surtout dans la presse spécialisée de ces lobbies et sur les réseaux sociaux. Les grands médias relatent l'action de ces groupes, et, d'ordinaire,

dénoncent ce type d'*infaux* (théorie du complot, négationnisme, créationnisme, intox sur la théorie du genre, etc.).

Des détecteurs d'*infaux* ont récemment remarqué des détails troublants dans les commentaires d'articles parus en ligne (comme le « Vos réactions » du journal *Le Monde*) : certains d'entre eux présentent un même style, une même argumentation, une même box d'envoi... qui laisserait entendre que l'*infaux* a migré jusque dans les commentaires (sous la forme de fausses réactions de faux lecteurs agissant en nombre pour faire croire à des mouvements d'opinion publique).

## → L'infaux dans la Presse avec un Grand P

L'*infaux*-reine dans les grands médias s'appelle censure ; propagande ; collusion du monde politique et du monde médiatique. La taille réduite de la séquence ne permettant pas leur traitement, on s'en tiendra aux points suivants :

- Les grands scandales journalistiques

Ils témoignent que l'*infaux* habite aussi la Grande Presse. Les causes de désinformation, de manipulation délibérée ou accidentelle y sont plus complexes : désir d'un journaliste de se faire connaître à tout prix, négligences professionnelles, manque de déontologie, erreurs non démenties, dues à des conditions de travail qui ne permettent pas de prendre du recul, peur d'être manipulé par ses sources, etc.

- Le dévoiement de l'information

La presse *infaurme* aussi à son insu. À cause de l'irréductible subjectivité du journaliste, de modes de production qui dysfonctionnent à la base et pendant le traitement de l'information, et de la soumission de la presse aux idéologies du genre et de l'époque, elle finit par fabriquer de toutes pièces une pseudo-vérité. Le monde que la presse donne à voir tient dès lors davantage de la mise en scène que de la réalité, comme le montre l'essai de F. Aubenas et M. Benasayag, *La Fabrique de l'information* ([Ressource numérique](#)).

### Pistes de travail

1. Lecture cursive d'un corpus développant une *infaux* manipulateur et débat oral en classe, en s'aidant des angles critiques de l'essai *La Fabrique de l'information*.
2. Analyse de *commentaires* d'un article politique polémique tiré d'un grand quotidien national : à la chasse d'éventuelles traces d'*infaux* dans ces *commentaires*.
3. Analyse d'un scandale journalistique célèbre à l'aide d'une grille 6W, en développant particulièrement l'analyse des causes de l'*infaux*.

## SEANCE 4 Suggestions de devoirs

Cf. fiches de méthode : NRP n° 43 et 58.

**Durée :** 2 heures.

1. Écrire un « droit de réponse » pour rétablir la vérité face à une *infaux* d'actualité (après s'être renseigné sur les règles du genre : par comparaison avec de vrais *droits de réponse* préalablement collectés).

2. Écrire une *infaux* à thème pédagogique, soit un *scoop* sur (au choix) : les vacances d'été amputées d'un mois ; la fin de la gra-

tuité de l'école publique ; la mort du baccalauréat ; la disparition du métier de professeur, remplacé par les MOOC...

3. Transformer la littérature en *infaux* : rédigez un fait divers sur la disparition du *Petit Poucet* dans la forêt ; l'assassinat du *Dormeur du Val* ; le vol de la cassette d'Harpagon, etc.

## ÉTAPE 2. Comment s'assurer du bien-fondé de l'information ?

### Objectifs :

- S'interroger sur le contexte de production d'une information, identifier les sources.
- Rendre compte à l'oral d'un événement d'actualité présenté dans différents médias.

1. Analyse précise de la question et reformulation : existe-t-il des garde-fous contre l'*infaux* ?
2. Parcours lexical : fiabilité, crédibilité, authenticité, preuve...
3. Obstacle identifié : bien fonder l'information est un but difficile à atteindre, car les conditions de travail du journaliste nuisent à sa fiabilité (urgence, émotion, audimat, danger...). C'est donc plus un idéal qu'une réalité.

### SÉANCE 5 Vérifier ses sources

Durée : 1 heure.

### → Exercice

1. Lisez un article de journal sur le même sujet dans plusieurs journaux récents. Que remarquez-vous ? Pourquoi, selon vous ?
2. Les témoins qui informent les journalistes sont-ils des sources fiables ?
3. La variété des sources est-elle un rempart contre l'*infaux* ?
4. Si le journaliste se documente avec des sources écrites, que doit-il vérifier ?

### → Éléments de réponse

1. Ces articles racontent tous la même chose, mot pour mot, ou avec des développements. C'est que tous émanent de la même source basique, appelée *Dépêche d'Agence* (définissez et illustrez, cf. lexique). La fiabilité de cette pièce est donc essentielle. Le fait même que la presse mondiale se fie aux agences qui publient ces dépêches semble garantir leur sérieux.

2. Cela dépend. Par définition, le témoin est « celui qui a vécu les faits », par quoi il a la compétence pour en parler, mais il est soumis à la même subjectivité que le journaliste. De plus, il existe des témoins empêchés de tout dire car leurs intérêts sont en jeu, témoins délirants, de faux témoins, de fausses victimes qui veulent se rendre intéressants, ou manipuler.

3. Confronter des sources permet de déceler d'éventuelles contradictions entre elles, ce qui peut avoir :

- un effet positif : sera plus fiable ce qui sera rapporté par la majorité des sources ;
- un effet négatif : en l'absence de majorité nette, le journaliste choisira sa source par défaut, sans garantie.

Quand plusieurs sources proviennent d'une source unique passée par plusieurs intermédiaires, elle se déforme progressivement, ce qui nuit à sa fiabilité. À vérifier en classe : organisez à chaud un exercice de *téléphone arabe* sur un fait divers régional du jour.

### SÉANCE 6 Supprimer les sources ?

Durée : 1 heure.

Le journaliste d'investigation, dans le cas de l'*enquête*, se livre parfois à des expériences journalistiques extrêmes. Vous vidéo-projecterez des résumés et des photographies relatant l'action de reporters infiltrés dans le milieu de leur cible en prenant une fausse identité et une fausse apparence, et devenant ainsi eux-mêmes leur seule source d'information (cf. Günter Wallraff se faisant passer pour un Turc dans *Tête de Turc*, un Noir, un ouvrier... ; Florence Aubenas métamorphosée en femme de ménage dans *Le Quai de Ouistreham* ; enquêtes télévisées pour dépister des arnaques...).

Débat contradictoire en classe : ce mode d'action garantit-il pour autant la fiabilité de l'information ?

### SÉANCE 7 Devoir oral

Durée : 1 heure.

À partir des éléments acquis dans l'étape 2, évaluez le bien-fondé d'un événement présenté dans trois médias du jour, en remplissant un tableau à deux colonnes, qui servira de brouillon pour un oral :

- En quoi le média semble-t-il fiable ?
- En quoi peut-on émettre des doutes sur sa fiabilité ?

Présentez ce travail à l'oral en 5 à 10 minutes, de façon classée. À l'issue de l'oral : diagnostiquez.

#### BIBLIOGRAPHIE

- Martin Monestier, *Faits-divers*, Le Cherche Midi, p. 7 à 32.
- *L'Année du Gorafi 2013*, Denoël (compilation d'articles).
- Jean-François Kahn, *L'Horreur médiatique*, Plon, 2014.
- Edward Bernays, *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie*, 1928, préface de Normand Baillargeon.  
<http://tinyurl.com/njbfv4d>.

#### SORTIES SCOLAIRES

- Visite de l'imprimerie d'un journal (de 22 heures à minuit).
- Visite du siège d'un journal ou d'une chaîne de télévision (lors des Journées portes ouvertes ou du patrimoine).

### Lexique de l'infoux

Utilisation du complément numérique : étape 1, séance 1.

Note : vous pourrez faire remarquer à la classe que – dans ce lexique – un nombre important de mots réfèrent à l'idée de « fausse information » : cette abondance de désignation lexicale de l'infoux prouve sa grande importance.

#### Lexique de l'infoux

**Agence** : structure organisée pour collecter l'information, la structurer et la revendre aux différents médias, aux entreprises et aux politiques. Des journalistes-correspondants vivant sur le lieu de l'information transmettent l'information aux agences.

Exemples d'agences : l'Agence France Presse (AFP), l'agence Reuter (GB), l'agence Associated Press (USA).

**Dépêche d'agence** : information essentielle et vérifiée sur un événement. Un informateur qui se trouve sur les lieux de l'information annonce la nouvelle brute, puis la complète au fur et à mesure qu'il en apprend plus sur elle, jusqu'à ce qu'il obtienne un exposé entier de ses circonstances (à défaut, la dépêche complète renseigne au moins sur les 6W).

**Bidonnage** : invention ou falsification délibérée d'une information (manipulation de son contenu).

**Bobard** : fausse nouvelle, grossièrement troussée, et donc assez facile à identifier comme telle.

**Canard** : fausse nouvelle.

**Cancan** : fausse nouvelle de l'ordre du ragot : à caractère calomnieux et malveillant.

**Canular** : fausse nouvelle, volontairement colportée par plaisanterie.

**Dénoncer (ou révéler) des faits** : dire la vérité sur des faits répréhensibles, jusqu'alors inconnus ou délibérément cachés. Dévoiler des secrets, des manipulations.

**Déontologie journalistique** : ensemble des règles morales de la profession de journaliste (voir la *Charte de Devoirs Professionnels* - 1918)

**Désinformation** : utilisation de techniques médiatiques pour induire délibérément en erreur, déformer l'information ou cacher certains faits.

**Editing** : montage de l'article ou de la page de journal propre à accrocher le lecteur, par la composition et le visuel (habillage, paratexte [titraille ; image et légende d'image ; encadré ; attaque et chute ; relance], référencement, angle, rythme de publication, mise en avant de l'identité éditoriale du support presse, etc.)

**Fake** : faux scoop (cf. *scoop* ci-après).

**Fiabilité** (des sources) : source en laquelle on peut avoir confiance, car elle nous garantit le caractère véridique de l'information fournie.

**Hoax** : *infaux* malveillante (canular numérique), mensonge créé de toutes pièces, mais conçu pour paraître crédible.

**Infobésité** : néologisme ludique signifiant un trop-plein d'informations.

**Infotainment** : (information + divertissement) néologisme condamnant une dérive de l'information, consistant à donner une part importante au divertissement dans l'information, lequel peut parasiter le message informatif.

**Intox** : développement important, dans les médias, d'une information montée de toutes pièces, et qui s'avère, qui plus est, souvent toxique et polémique.

**Légende urbaine** : (étymologie : *urban legend*) il s'agit d'une histoire, proche du mythe, développant des thématiques variées, souvent préoccupantes (anecdote, horreur). Cette histoire se répand d'abord par voie orale et dans les milieux populaires, avant d'atteindre les médias.

**LOL site** : sigle anglais signifiant « *Laughing out loud* » (rire aux éclats). Il s'agit de sites délivrant des informations généralement interprétées de façon comique, ou de fausses informations ludiques, ce dans le but d'amuser.

**Mésinformation** : mauvaise information ; du fait de sa fausseté et de son insuffisance.

**Net-éthique** : ensemble des règles de conduite sur Internet (sorte de « déontologie » du net, même si elle n'est pas encore véritablement normalisée).

**Parodie** : (en presse) article imitant de façon satirique une source sérieuse, généralement en reprenant certaines caractéristiques d'écriture de sa source pour mieux les détourner, ce dans un but ludique ou critique.

**Pastiche** : (en presse) article imitant l'écriture et le style d'un auteur connu (le style d'un journaliste vedette, ou d'une célébrité dont il est souvent question dans les médias). Le pastiche peut donner l'impression que c'est la personne imitée qui a effectivement écrit l'article si l'on n'est pas suffisamment attentif.

**Rumeur** : bruit qui court, et qui peut être fondé (sur le principe « il n'y a pas de fumée sans feu ») ; ou totalement infondé, car fantaisiste.

**Scoop** : information exclusive obtenue avant tous les autres médias, souvent inattendue, chaude ou confidentielle.

**Source** : origine d'une information (« confronter les sources » : personnes, documents...).

**Transparence** : 1) qualité journalistique consistant à exprimer la vérité des faits sans l'altérer, en la publiant ouvertement ; 2) choix du journaliste de divulguer comment il a obtenu l'information (dans la limite de la déontologie journalistique et de la protection des sources).

**Vérité** : en presse, conformité à ce qui s'est réellement et objectivement passé.

**Vrai-faux** : 1) Information fausse qui a l'apparence de la vérité.

2) Documents émanant d'une autorité compétente, mais néanmoins faux, ou portant une fausse identité.

Lecture de *La Fabrication de l'information* de F. Aubenas et M. Benasayag

Ce document mène une analyse de fond sur le monde médiatique aujourd'hui.

**Support.** *La Fabrication de l'Information* pp. 7 à 23. Introduction + Chapitre *Du monde et de ses habitants* : ses deux premiers sous-chapitres : *La Révolution ratée* et *Des journalistes en quête de personnages*.

**Durée** : ½ heure à 1 heure environ, selon l'exercice choisi.

**Objectif** : approfondir la réflexion sur le dévoiement de l'information grâce aux regards croisés d'une journaliste professionnelle et d'un philosophe.

**Thème** : le dévoiement de l'information, à l'insu même des journalistes, du fait des conditions de leur profession.

**Cette ressource numérique complète** la séance 3 de l'étape 1.

**Comment utiliser ce document en classe.**

Lisez cursivement avec la classe de brefs extraits cohérents et significatifs des quinze pages conseillées.

Analysez les phrases-clés et les phrases de synthèse qui abondent dans ces pages.

Posez des questions de compréhension sur tel ou tel point difficile, en sélectionnant un passage de dix à quinze lignes.

Demandez à la classe d'expliquer les citations suivantes : (introduction p. 9) « *Le travail du journaliste ne consiste souvent plus à rendre compte de la réalité, mais à faire entrer celle-ci dans le monde de la représentation* » / « *Bref, tout le monde sait aujourd'hui que les journaux reflètent moins la réalité que la représentation qu'ils en ont créée [...]* »

Lisez avec la classe, de façon analytique, les pages 17 à 23, soit le sous-chapitre *Des journalistes en quête de personnages*, sur la construction de personnages médiatiques factices (facile et intéressant, très illustré), et demandez une synthèse de l'ensemble, sous forme de plan détaillé.

Demandez à la classe de retrouver, dans les quinze pages conseillées, les passages correspondant aux idées suivantes (ne traitez pas tous les points : sélectionnez-en deux ou trois, qui correspondent au niveau de votre Seconde pro).

Plusieurs circonstances professionnelles sont susceptibles d'interférer sur la véracité de l'information :

- L'information est tributaire de la subjectivité du journaliste : sa personnalité, ses émotions, son narcissisme, ses relations avec la sphère politique, sa lecture personnelle des faits sont déformants.
- La presse est une entreprise commerciale, qui doit par conséquent donner au récepteur ce qu'il est supposé attendre, notamment en termes de spectaculaire, quitte à éluder ce qui fâche ou qui est trop difficile.
- Le système médiatique reconstruit le réel selon l'idéologie que les choses doivent être « présentables » médiatiquement, en les mettant en scène à l'aide de grilles journalistiques préétablies, de *scenarii* qui s'inscrivent dans la norme supposée, et véhiculent mythes de presse et préjugés. Le résultat est une construction factice, habitée de personnages-types.
- L'apparente diversité de l'information au niveau mondial cache en fait un profond consensus dans le choix des sujets traités (on choisit ce qui est proche et ce qui étonne) et le style dans lequel on les traite.
- La religion des faits et des chiffres conduit à manipuler des preuves surabondantes et parfois contradictoires.
- Le journaliste organise son travail en fonction du résultat qu'il veut obtenir, quand cela devrait être l'inverse : ce qui stérilise l'information.

## Évaluer ses sources

*Fiche élaborée en collaboration avec Maïté Pagola, professeur de documentation.*

Ce document complète la séance 5 de l'étape 2.

Il répond à la question 3 : *si le journaliste se documente avec des sources écrites, que doit-il vérifier ?*

**Question.** *Si le journaliste se documente avec des sources écrites, que doit-il vérifier ?*

**Réponse 1.**

**« Le journaliste doit s'assurer que l'information qu'il utilise provient bien d'une dépêche d'agence : organisme de référence. »** *Guide de la rédaction* de Michel Voirol pp. 41 à 44

Une dépêche d'agence est un outil professionnel de référence auquel tous les journalistes ont recours. Ces organismes sont reconnus pour leur fiabilité : ce qui leur permet de vendre de l'information aux médias. Ils sont tenus au respect de la déontologie journalistique, doivent vérifier l'information, protéger leurs sources d'information et défendre la liberté de la presse.

Une dépêche d'agence s'élabore ainsi : un informateur qui se trouve sur les lieux de l'information annonce la nouvelle brute, puis la complète au fur et à mesure qu'il en apprend plus sur elle, jusqu'à ce qu'il obtienne un exposé entier de ses circonstances. Quand une information revêt un caractère très important, elle est traitée (par ordre de priorité) sur le mode suivant :

FLASH : première annonce, en quelques mots ;

BULLETIN : développement du flash en quelques lignes ;

URGENT : développement du bulletin en 150 mots maximum ;

LEAD : derniers compléments d'information ;

SYNTHÈSE : récapitulation de l'événement.

**Réponse 2.**

**La dépêche d'agence ne fournit souvent qu'une information succincte. Pour cette raison, et en fonction du genre journalistique de son article, le journaliste doit donc parfois se documenter aussi à l'aide d'autres sources écrites, et dans ce cas, il doit vérifier que le texte qu'il utilise est fiable.**

**Pour cela, il lui faut rester attentif à certains critères indiqués ci-dessous.**

Sélectionnez, dans le tableau qui suit, les questions qui correspondent au niveau de votre Seconde pro, ou focalisez-vous sur une case précise (ex. : « l'auteur »). Vous montrerez que ces questions s'imposent à tout journaliste pour raisons professionnelles, mais aussi à tout lecteur qui veut s'assurer de la fiabilité de ce qu'il lit.