



## — Les médias sociaux sont-ils des réseaux d'informations?

Marion, 14 ans, a « *un seul réseau social: Snapchat* », l'application de photos et vidéos éphémères plébiscitée par 48,5 % des 15-24 ans, selon la dernière étude de Médiamétrie sur les usages en ligne. Elle y « *parle* » avec ses amis et regarde parfois des publications de *Paris Match* ou MTV sur Discover, l'espace dédié aux éditeurs. « *J'y ai appris que des lycéens se mettaient en grève pour le climat* », relève-t-elle. Marie, également en classe de troisième, s'informe davantage sur Instagram, autre réseau d'images, sur lequel elle a découvert « *ce qui se passait au Brésil ou avec les prêtres pédophiles* ». Grégoire, 17 ans, échange aussi sur Snapchat et Instagram. Il a abandonné Facebook, « *le moins avancé sur le plan technologique* ». Et découvre avec enthousiasme Twitter, le réseau de partage de mini-messages. « *C'est super pour s'informer! Tout le monde réagit en direct à l'actualité. Je juge une info valide si deux ou trois médias en parlent. Et je relaie, si c'est important ou drôle.* »

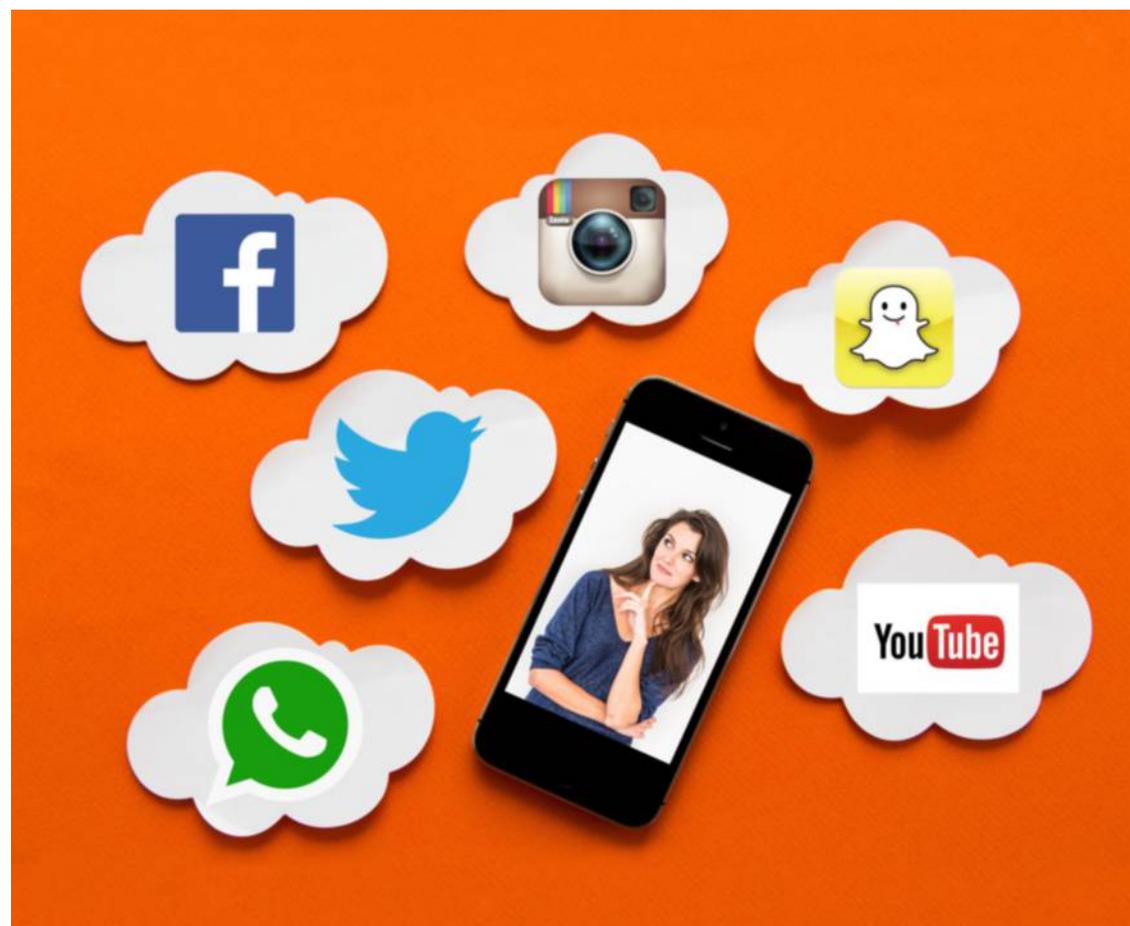
Selon une récente enquête du Conseil national d'évaluation du système scolaire (1), la moitié des collégiens (54 %) et deux tiers (68 %) des lycéens s'intéressent à l'actualité, qu'ils suivent principalement à la télévision et sur les réseaux sociaux (auxquels 27 % des troisièmes et 24 % des terminales seulement font confiance). « *Les médias ont vite investi les réseaux sociaux, avec l'ambition d'en faire un lieu d'information*, décrypte Arnaud Mercier, professeur en sciences de l'information à l'université Paris 2 Panthéon-Assas (2). *Et les usagers en ont manifestement fait un espace de partage et d'accès à l'actualité.* »

## — En quoi l'information est-elle différente de celle que diffusent les médias traditionnels?

Sur Snapchat, Marion regarde des « *stories de personnes qui re-*

# Réseaux sociaux, réseaux d'infos?

## Le rendez-vous des jeunes avec l'actualité a lieu de plus en plus souvent sur les réseaux sociaux. Petit guide de vigilance.



Selon une enquête du Conseil national d'évaluation du système scolaire, 54 % des collégiens et 68 % des lycéens s'intéressent à l'actualité, qu'ils suivent à la télévision et sur les réseaux sociaux. Garo/Phanie

prennent des informations ». Grégoire pense que « *certaines diffusent des histoires douteuses juste pour faire de l'audience* ».

« *Peu à peu, on s'est mis à partager sur les réseaux sociaux autre chose que des informations validées par des professionnels* », remarque Arnaud Mercier. Dans l'écosystème traditionnel de l'information, rappelle-t-il, le schéma est simple : des journalistes sont chargés de collecter et de vérifier des faits qu'ils mettent en forme, décryptent, contextualisent, mettent en perspective pour un public donné. « *Dans le nouvel écosystème socionumérique de l'information, analyse-t-il, la relation aux médias est complexifiée, avec des internautes qui estiment pouvoir se passer des médias et se satisfaire des informations que produisent des blogueurs et leurs pairs.* »

« *Peu à peu, on s'est mis à partager sur les réseaux sociaux autre chose que des informations validées par des professionnels.* »

Selon lui, « *il existe un risque de confusion sur la valeur de l'information, quand un mensonge est mis au même niveau qu'un travail journalistique répondant à des règles éthiques et à une exigence de qualité* ». Un jeune internaute qui n'accède à l'actualité que par des recommandations ne perçoit pas non plus la hiérarchie de l'information opérée par les différents médias.

## — Quels sont les risques de manipulation?

Marion, Marie et Grégoire hésitent à partager des informations « *de peur d'inquiéter pour rien* » ou par crainte que ce soit des infos (« *fake news* »). Ces informations délibérément fausses, qui proposent des interprétations complotistes ou biaisées sur un mode souvent émotionnel, sont d'autant plus difficiles à discerner que ceux qui les

## Réseaux sociaux, réseaux d'infos ?

« Les réseaux sociaux sont une place publique et les élèves ont une responsabilité de publication. »

●●● Suite de la page 19.

diffusent imitent le style journalistique et la mise en scène des articles de presse pour mieux manipuler.

Les réseaux sociaux sont aussi un eldorado pour les « marchands de doute », très actifs dans le domaine de l'environnement ou de la santé. « Des lobbys et agences de communication investissent cet espace public pour instiller de la confusion dans les esprits, délégitimer la parole critique vis-à-vis de leurs clients, de façon à paralyser la prise de décision publique », analyse Arnaud Mercier.

**Confronté au flot d'informations circulant sur les réseaux sociaux, notre cerveau a tendance à sélectionner celles qui confirment nos « propres croyances ».**

Les risques de manipulation peuvent aussi venir du système numérique. Contrairement à ce qui se passe sur Twitter, l'utilisateur qui s'abonne à un média sur Facebook ne reçoit pas toutes les publications mais une sélection effectuée par des algorithmes en fonction de ses goûts, centres d'intérêt et interactions. Ce microciblage intéresse des influenceurs ou manipulateurs qui peuvent ainsi adapter leurs messages en fonction des profils. C'est le cas de la société Cambridge Analytica, qui a collecté les données de millions



Ce que l'on partage et publie sur Internet façonne notre identité numérique. plainpicture/Maskot

d'utilisateurs pour influencer la campagne pour le Brexit au Royaume-Uni.

**— Pourquoi adhère-t-on à certaines théories ?**

Confronté au flot d'informations circulant sur les réseaux sociaux, notre cerveau a tendance à sélectionner celles qui confirment nos « propres croyances » ou qui sont massivement partagées.

Pour le sociologue Gérard Bronner, ces biais cognitifs piègent notre raisonnement face à des thèses complotistes ou de fausses informations.

**« La première question à se poser, après avoir pris connaissance de la totalité d'une information, est celle de la source. »**

Pour déjouer ces ruses du cerveau, il a publié une bande dessinée illustrée par Krassinsky, qui met en scène les deux facettes d'un même adolescent. « Crédulité & rumeurs (3) est une introduction à la pensée méthodique, expliquait-il le 9 mai 2018 sur la-croix.com : Le premier (personnage, NDLR) incarne la pensée rapide, in-

tuitive et émotionnelle. Le second la pensée lente, rationnelle, mais qui ne permet pas de conduire ou jouer au ballon. Un individu équilibré met en balance ces deux systèmes de pensée. »

**— Quelles questions se poser avant de partager ou d'émettre des informations ?**

« La première question à se poser, après avoir pris connaissance de la totalité d'une information, est celle de la source, explique Sébastien Rochat, responsable du pôle studio au Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (Clemi), qui prépare des ressources pédagogiques pour les collégiens et ly-

## repères

La Semaine de la presse et des médias dans l'école

Notre édition de ce jour sera distribuée à l'occasion de la Semaine de la presse et des médias dans l'école. Ce sont ainsi 35 000 exemplaires qui seront adressés aux collèves et lycées.

Cette manifestation, organisée depuis maintenant trente ans par le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (Clemi), se déroulera du 18 au 23 mars prochain. Elle aura cette année pour thème « L'information sans frontières ».

céens. Dans nos ateliers Déclic'Critique, les élèves citent souvent le nom de la personne qui a partagé l'information ou le nom du canal (Facebook, Google...). Nous les invitons alors à chercher la véritable source à l'origine de l'information. S'ils n'arrivent pas à l'identifier clairement, alors méfiance ! »

Il est facile techniquement de produire une information avec un smartphone, beaucoup moins de répondre à ses exigences. « Le Clemi, poursuit Sébastien Rochat, accompagne les élèves dans la production d'informations, avec toujours cette exigence de recherche des sources. On les familiarise aussi au principe du contradictoire : faire parler celui qui est mis en cause. Les réseaux sociaux sont une place publique et ils ont une responsabilité de publication. Ils doivent être d'autant plus vigilants que tout ce qu'ils partagent et publient laisse des traces et façonne ainsi une identité numérique qu'ils devront assumer. »

**Aude Carasco**

## en pratique

Accompagner ses enfants dans la découverte de « l'actu »

Un dossier « Parents & enfants » Notre cahier du 6 décembre 2017 était intitulé « Comment aider nos enfants à s'infor-

mer ». Des pistes pour échanger en famille au sujet de l'actualité et accompagner jeunes et plus jeunes dans la découverte des médias.

Des sites [www.clemi.fr](http://www.clemi.fr) Le site du Centre pour l'éducation aux médias et à l'information contient d'innombrables ressources, y compris des vidéos, destinées

aux jeunes, aux équipes pédagogiques ainsi qu'aux familles. On y trouve des conseils pour être pleinement « parent à l'ère numérique ». Le Clemi propose entre autres un guide, un kit d'accompagnement et une série de petits films qui ont pour titre *La Famille Tout-Écran*.

Un sondage Une enquête nationale présen-

tée en 2017 par le Clemi permet de cerner les attentes des familles. Intitulée « Vos enfants, les médias et Internet », elle montre notamment que 78 % des parents souhaitent des cours d'éducation aux médias et à l'information en classe. De même, 83 % d'entre eux attendent de la part des organismes publics une sensibilisation aux dangers d'Internet.

(1) Le Zoom du Cnesco. Éducation aux médias et à l'actualité : comment les élèves s'informent-ils ? Février 2019.

(2) #info. Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook, dirigé par Arnaud Mercier et Nathalie Pignard-Cheynel, *Maison des sciences de l'homme*, 352 p., 26 €.

(3) Crédulité & rumeurs. Faire face aux théories du complot et aux fake news, de Gérard Bronner et Krassinsky, Coll. « La petite bédéthèque des savoirs », Le Lombard, 70 p., 10 €.