

Comment évaluer la crédibilité d'un média?

Hugo Prévost — Agence Science-Pressé

À l'heure où n'importe qui peut publier et être relayé des milliers de fois, il est plus important que jamais de savoir distinguer un média crédible. Plusieurs indices peuvent témoigner de la crédibilité d'un média. En voici trois faciles à repérer.

1. Le média fait-il une distinction claire entre les faits et les opinions?

Oui

Les textes d'opinion sont clairement étiquetés « éditorial », « chronique », « blogue » ou « lettre ». Ils sont accompagnés d'un en-tête, ou d'un cadre, ou d'une mise en page, qui les distinguent clairement du reste.

Non

Par contre, il n'est pas dit qu'un média qui ne publierait que des textes d'opinion ne serait pas crédible, si les opinions sont appuyées sur des faits.



2. Le média fait-il aussi une distinction entre son contenu journalistique et le contenu payé par des publicitaires?

Oui

La mise en page est différente.

Non

Des publicités sont mises en page de telle façon qu'elles ressemblent à des reportages.

3. Les nouvelles rapportées par le média sont-elles d'intérêt public?

Oui

Les nouvelles valent la peine d'être publiées. Elles servent l'intérêt du plus grand nombre.

Non

Sa page d'accueil n'est qu'une succession de titres accrocheurs et de photos qui semblent n'avoir pour but que d'attirer des clics. Ou encore, l'auteur tente de mousser ses intérêts personnels.

Maintenant, examinez de plus près quelques textes.

4. L'auteur cite-t-il ses sources ?

Oui

Il cite les noms des personnes et des documents qu'il a consultés.

Non

Il donne juste son opinion ou il raconte quelque chose qui lui est arrivé.



Méfiez-vous. Même un texte d'opinion devrait citer ses sources.

5. L'auteur identifie-t-il clairement ses sources d'information ?

Oui

Elles sont clairement identifiées (nom d'une personne, titre d'un document, hyperlien, etc.)

Non

Les sources sont vagues, comme « selon des chercheurs » ou « plusieurs personnes disent que » ou « La majorité pense que ». Les sources anonymes sont acceptables, mais ne doivent être utilisées que dans des circonstances exceptionnelles.

6. L'auteur présente-t-il les deux côtés de la médaille du sujet ?

Oui

Il présente le pour et le contre.

Non

Il défend une cause, une idée.

Saint Graal du journalisme, vision ultime d'un travail médiatique « parfait », l'objectivité est enseignée aux journalistes comme étant la cible à atteindre constamment. Tous les grands médias s'y réfèrent. À un point tel, en fait, que cette objectivité mérite de plus amples précisions. Voilà donc ce à quoi sera consacré le prochain texte de cette série.

S'agit-il d'un texte en science ? La vérification de la crédibilité d'infos en science fait l'objet de critères particuliers: la recherche a-t-elle été publiée? Y a-t-il plus d'une recherche arrivant aux mêmes conclusions? S'agit-il d'une recherche sur des souris ou sur des humains? Nous y reviendrons dans une prochaine série de textes.