

L'évaluation de la fiabilité

En pratique, pour évaluer la **fiabilité d'une information** trouvée sur le web, il faut :

- identifier sa **source** et en évaluer la **fiabilité** ;
- identifier l'**auteur**, repérer son lien avec la source (affiliation, hébergement, etc.) et évaluer sa **notoriété** ;
- évaluer la **fraîcheur** de l'information ;
- évaluer l'**objectif** de l'information (informer, expliquer, convaincre, etc.) ;
- identifier le **public visé**.

Identifier la source

On peut souvent identifier une source en consultant la **page d'accueil** du site et en décryptant l'**URL** de la ressource.

Dans une URL, on peut discerner :

- le domaine (fr, com, org, etc.) : il caractérise l'orientation générale du site (français, commercial, organisation, etc.) ;
- le nom de domaine (education.fr, over-blog.com, openoffice.org, etc.) : il permet souvent de repérer la **nature** (universitaire, institutionnel, commercial, associatif, etc.) et le **statut** du site (officiel, privé, personnel, etc.) ;
- le sous-domaine éventuel (indiqué en préfixe).

Par exemple : dans <http://c2i.education.fr/>, le nom de domaine est education.fr et le sous-domaine est c2i.

Tout le monde peut acheter un nom de domaine. Il existe des sites spécialisés de **WHOIS** sur le web qui permettent de consulter les informations relatives au propriétaire d'un nom de domaine.

Par exemple : en consultant le [Whois de l'Afnic](#), on voit que le titulaire du nom de domaine education.fr est « MIN EDUCATION NAT ENSEIGN SUP RECHERCHE ».

Évaluer la notoriété de l'auteur

Pour évaluer la notoriété d'un auteur, on peut se fier aux indices fournis par lui-même ou d'autres en lien avec :

- son **activité** professionnelle ou associative (métier, expérience, réalisations, statut, niveau d'études) ;
- son **affiliation** (entreprise, organisation, gouvernement, université, etc.) ;
- sa **reconnaissance** par ses pairs.

Évaluer la fraîcheur de l'information

Pour évaluer la fraîcheur de l'information, il faut repérer la **date de création** de la ressource et éventuellement la date de sa **dernière mise à jour**. La **fréquence de mise à jour** de la source est aussi un repère très utile.

Évaluer l'objectif de l'information

Le **type de la source** (politique, promotionnel, journalistique, éducatif, institutionnel, scientifique et technique, vulgarisateur, personnel, culturel, etc.) révèle souvent l'objectif sous-jacent (influence de l'opinion, consommation, information, communication ou mise à disposition d'un savoir au public, expression d'une opinion, enrichissement intellectuel, etc.).

Identifier le public visé

Le **public visé** (grand public, spécialistes) contribue à éclairer l'utilité d'une ressource pour le besoin d'information.