

## Stage « Evaluer la crédibilité d'une ressource sur le web » Alexandre Serres

### Lexique des notions de l'évaluation de l'information

#### 1/ Notions transversales

- **Autorité cognitive :**

Selon Patrick Wilson, l'autorité cognitive est « *une relation d'influence de pensée, impliquant au minimum deux personnes, l'une accordant à l'autre sa confiance parce qu'elle maîtrise un domaine spécifique de compétences* »<sup>1</sup>. L'autorité cognitive est la confiance accordée par une personne à une autre, en raison de son degré d'expertise dans un domaine donné, et désigne une « influence choisie », une confiance active, accordée consciemment. Elle se décline, selon Wilson, en quatre types d'autorités : l'autorité personnelle, liée à un auteur, l'autorité institutionnelle de l'éditeur, celle de type textuel, propre au type de document, et l'autorité de « *plausibilité intrinsèque* », liée au contenu d'un texte.

- **Autorité informationnelle :**

Selon Evelyne Broudoux, « *contrairement à l'autorité cognitive, l'autorité informationnelle, susceptible d'être portée par un individu ou un groupe, un objet ou un outil cognitif ou encore un média, n'a pas pour fonction principale l'influence mais celle d'in-former (donner une forme)* ». »<sup>2</sup> L'autorité informationnelle se décline également en quatre sortes d'autorités : l'autorité personnelle de l'auteur (autorité « *énonciative* »), l'autorité institutionnelle, l'autorité de contenu, et l'autorité du support.

- **Crédibilité :**

D'après le CNRTL, « *Caractère, qualité rendant quelque chose susceptible d'être cru ou digne de confiance* »<sup>3</sup>. Plus proche d'un sentiment que d'une qualité factuelle, la crédibilité repose sur la confiance et elle est toujours à construire. Du point de vue des sciences de l'information et de la communication, la crédibilité se décline selon les différents objets de l'évaluation, notamment la source, le message et le média. Dans l'évaluation d'une ressource, la crédibilité est une qualité perçue, émergeant à partir de différents indices externes et de leur interprétation par l'utilisateur.

<sup>1</sup> Evelyne Broudoux, « Construction de l'autorité informationnelle sur le web. », In R. Skare, N. W. Lund et A. Vårheim, *A Document (Re)turn: Contributions from a Research Field in Transition*, Frankfurt, Peter Lang, 2007.  
[http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00120710/fr/](http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00120710/fr/)

<sup>2</sup> Evelyne Broudoux, « Construction de l'autorité informationnelle sur le web. », *op. cit.*, p. 5

<sup>3</sup> Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales : <http://www.cnrtl.fr/definition/credibilite%C3%A9>

**Stages ●●● Formations**

- **Crédibilité de réputation (ou crédibilité réputée) :**

La crédibilité réputée est liée à l'affiliation d'un auteur ou d'un document à une institution, une source ou un média reconnus, à la notoriété, etc. ; c'est la crédibilité réputée qui nous fera accorder plus de confiance à un rapport officiel qu'à un ami.

- **Crédibilité de surface (ou de présentation, ou crédibilité apparente) :**

La « crédibilité de surface », ou crédibilité apparente est liée à la présentation d'une ressource, d'un document, mais aussi d'une personne. Elle concerne la couverture d'un livre, la mise en forme d'un site web, la crédibilité du design, etc. Selon Rieh et Danielson, elle s'étend également aux personnes et concerne le registre de langue, la tenue, l'apparence... La crédibilité de surface comprend tous les indicateurs externes, d'apparence, susceptibles de générer ou renforcer la confiance d'autrui.

- **Crédibilité d'expérience (ou éprouvée) :**

Dans la typologie de Fogg et Tseng, la crédibilité d'expérience est fondée sur l'expérience antérieure, sur l'usage.

- **Crédibilité présumée (ou supposée) :**

Dans la typologie de Fogg et Tseng, la crédibilité présumée repose sur les stéréotypes, les représentations, les croyances, les hypothèses des usagers vis-à-vis d'une personne, d'une source, d'un site web, etc. ; par exemple, la crédibilité présumée nous fait attribuer une crédibilité plus forte à un ami qu'à un vendeur pour nous dire la vérité sur un produit.

- **Pertinence situationnelle :**

Degré d'adéquation d'une ressource au contexte dans lequel se trouve l'utilisateur

- **Pertinence-système :**

Pertinence de la représentation du document (indexation...) et des méthodes de classement des outils de recherche. La pertinence-système concerne les outils de recherche.

- **Pertinence-usager :**

La pertinence-usager englobe l'ensemble des pertinences liées à (ou portées vers) l'utilisateur d'un système d'information, notamment :

- la pertinence de la formulation de la requête
- la pertinence de la présentation des résultats, qui concerne uniquement les outils
- la pertinence du document par rapport au besoin, qui concerne uniquement l'utilisateur et qui est la plus décisive pour l'évaluation d'une ressource.

- **Pertinence-thème :**

La pertinence-thème désigne la pertinence du contenu de la ressource par rapport au thème de recherche. A ce titre, elle se confond en grande partie avec la qualité de l'information

- **Qualité de l'information :**

Dans l'approche info-documentaire (et non du point de vue médiatique ou informatique), la qualité de l'information désigne l'ensemble des caractéristiques formelles du contenu d'une ressource : fiabilité, exactitude, nouveauté, vérifiabilité, cohérence, fraîcheur...

**Références bibliographiques :**

- Broudoux, Evelyne. Construction de l'autorité informationnelle sur le web. In R. Skare, N. W. Lund et A. Vårheim. *A Document (Re)turn: Contributions from a Research Field in Transition*. Frankfurt : Peter Lang, 2007. Disp. sur : <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/docs/00/12/07/10/PDF/AutorInfo.pdf>.
- Fogg B. J., Tseng H. « The elements of computer credibility ». *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems*, 1999.
- Rieh S. Y., Danielson D. R. « Credibility: A Multidisciplinary Framework ». *Annual Review of Information Science and Technology (ARIST)* [En ligne]. 2007, vol. 41, p. 307-364. Disp. sur : [http://rieh.people.si.umich.edu/~rieh/papers/rieh\\_ARIST2007.pdf](http://rieh.people.si.umich.edu/~rieh/papers/rieh_ARIST2007.pdf) >
- Serres, Alexandre. *Dans le labyrinthe. Evaluer l'information sur internet*. Caen : C&F éditions, 2012
- Wilson, Patrick. *Second-hand knowledge : an inquiry into cognitive authority*, Westport CT, Greenwood Press, 1983