

# Responsabilité.

Planification de la double leçon sur  
le thème des fake news.

Version: 25 octobre 2024



# Planification de la double leçon sur le thème des «fake news».

**Structure du document: double leçon, puis documents destinés à l'enseignant-e, puis documents destinés aux ÉC.**

## Contenu.

Utilisation réfléchie des médias/sensibilisation aux fake news

## Niveau.

Classes intermédiaires et supérieures (11–16 ans)

## Durée.

90 minutes; deux variantes sont possibles pour la deuxième partie. Variante A: Créer des fake news;

Variante B: Les informations et leurs sources

## Objectifs pédagogiques.

- Les ÉC sont capables d'appliquer l'acronyme SERS à des exemples concrets.
- Les ÉC sont capables de citer les objectifs poursuivis par les sources de fake news.
- Les ÉC connaissent différents groupes de sources et peuvent attribuer les publications à ces derniers.
- Les ÉC reconnaissent les avantages des médias de qualité en tant que sources d'information.
- Les ÉC ont conscience que tout le monde peut être victime de fake news.

## Mise en œuvre de la double leçon.

**Préparation:** les ÉC doivent apporter deux ou trois informations (des derniers jours) qu'ils trouvent pertinentes sous forme de notes, de lien ou de capture d'écran pour les partager.

| Durée  | Contenu                                       | Mise en œuvre didactique                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Forme didac-tique | Supports                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10 min | Analyser ses propres informations             | Les ÉC échangent en groupes sur les informations qu'ils ont apportées. Un-e ÉC tourne la roue et répond à la question. Le processus est répété jusqu'à ce qu'ils aient répondu à toutes les questions.<br>Questions sur Wordwall: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Où as-tu trouvé/vu ton information?</li> <li>• Sais-tu qui est la source de ton information?</li> <li>• Pourquoi as-tu choisi cette information?</li> <li>• As-tu vérifié ton information? Si oui, de quelle manière?</li> <li>• As-tu partagé ton information?</li> <li>• Ton information est-elle également importante pour d'autres personnes?</li> </ul> | TG                | Commentaire à l'intention de l'en-<br>seignant-e:<br>code QR Wordwall                                                                                                                                                                                     |
| 10 min | Les fake news nous concernent toutes et tous. | Les ÉC étudient un exemple dans lequel un enfant ne se rend pas compte qu'il est face à une fake news, et en discutent. Que pourraient faire les personnes concer-nées?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | TG                | Fiche de travail «Les fake news nous concernent toutes et tous».                                                                                                                                                                                          |
| 15 min | Approfondis-<br>sement SERS                   | Le modèle SERS est distribué dans la salle de classe (pour chaque lettre, il y a un code QR qui mène à un ex-trait vidéo).<br>Les ÉC scannent les codes et regardent les courts ex-traits vidéo. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les ÉC de 5<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup> reçoivent une fiche de travail pré-parée; ils associent correctement chaque lettre à sa phrase.</li> <li>• Les ÉC de la 7<sup>e</sup> à la 9<sup>e</sup> travaillent sans support; ils notent les phrases de manière autonome.</li> </ul> Bref contrôle en plénum.                                                                                   | TI<br><br>PL      | Commentaire à l'intention de l'enseignant-e: codes QR SERS – Fiche de travail «Approfondissement SERS». Commentaire à l'intention de l'ensei-<br>gnant-e: solution «Appro-fondissement SERS»<br>Commentaire à l'intention de l'enseignant-e: affiche SERS |

| Durée  | Contenu                                         | Mise en œuvre didactique                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Forme didac-<br>tique                        | Supports                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15 min | Démasquer les fake news à l'aide du modèle SERS | <p>Les EC divisés en groupes de deux se voient distribuer une fake news, qu'ils examinent attentivement. Ils trouvent les réponses aux questions suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news?</li> <li>• Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)</li> <li>• L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)</li> <li>• Quelle est la source de cette information? (S)</li> <li>• Des solutions simples sont-elles proposées? (S)</li> <li>• Quel est l'objectif poursuivi par la publication de cette information?</li> </ul> <p>Échange en plénum; recensement des objectifs possibles des fake news.</p> <p>Intervention de l'enseignant·e sur les objectifs possibles des fake news:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• clickbait (des titres racoleurs incitent à cliquer sur l'article);</li> <li>• satire (représentation outrancière ou humoristique);</li> <li>• propagation de rumeurs (histoires enjolivées/modifiées);</li> <li>• publicité et concours (la source a quelque chose à vendre);</li> <li>• désinformation (diffusion volontaire de contenus faux);</li> <li>• formation d'opinion par des partis et des groupes aux motivations politiques (informations volontairement omises pour convaincre le public d'un point de vue politique).</li> </ul> <p>Les EC associent la fake news reçue à un objectif.</p> | TP<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>PL | <p>Fiche de travail «Démasquer les fake news à l'aide du modèle SERS»</p> <p>Commentaire à l'intention de l'enseignant·e: solution «Démasquer les fake news à l'aide du modèle SERS»</p> <p>Commentaire à l'intention de l'enseignant·e: affiche «Objectifs des fake news»</p> |

## Variante A.

|        |                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |                                                                                           |
|--------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 25 min | Créer des fake news | <p>Les EC modifient un gros titre.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 5<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup>: l'enseignant·e donne un gros titre avec photo (format imprimé ou numérique).</li> <li>• 7<sup>e</sup> à 9<sup>e</sup>: les EC sélectionnent eux-mêmes sur Internet un gros titre avec photo, p. ex. sur <a href="http://www.rts.ch/info/societe">www.rts.ch/info/societe</a>.</li> </ul> <p>Programme</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les EC se familiarisent avec le contenu de l'article.</li> <li>• Les EC inventent un nouveau titre de fake news pour cette photo et réfléchissent à ce que pourrait être l'objectif de la fake news.</li> <li>• Les EC intègrent leur titre de fake news à l'image, au format numérique avec un logiciel de traitement d'image simple (p. ex. Paint), ou sur papier.</li> </ul> | TP | <p>Commentaire à l'intention de l'enseignant·e: instructions pour créer des fake news</p> |
|--------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------|

| Durée  | Contenu                        | Mise en œuvre didactique                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Forme didac-<br>tique | Supports                                                  |
|--------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------|
| 10 min | Échange avec un autre groupe   | <p>Les EC expliquent le contenu de leur article falsifié à un autre groupe. Ce dernier donne son avis sur l'article falsifié à l'aide des éléments suivants.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cela m'intéresse (oui <math>\longleftrightarrow</math> non)</li> <li>• C'est convaincant (oui <math>\longleftrightarrow</math> non)</li> <li>• C'est respectueux des autres personnes/groupes (R) (oui <math>\longleftrightarrow</math> non)</li> <li>• Cela suscite des émotions (E) (oui <math>\longleftrightarrow</math> non)</li> <li>• Cela propose des solutions simples (S) (oui <math>\longleftrightarrow</math> non)</li> </ul> <p>Les avis peuvent faire l'objet de brèves discussions. Passer à un autre groupe.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | TG                    |                                                           |
| 5 min  | Conclusion (Que retenir-nous?) | <p>Bref échange d'expériences sur l'activité: comment me suis-je senti-e dans ce rôle? L'article original a été écrit par un-e journaliste. Quelles sont les missions importantes des journalistes?</p> <p>L'aide-mémoire est distribué aux EC. Intervention de l'enseignant-e: remarque sur les médias de qualité.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'acronyme SERS aide à évaluer les informations.</li> <li>• Il est important de regarder la source (S) de plus près.</li> <li>• S'il s'agit d'une entreprise de médias, on peut s'y fier bien plus facilement.</li> <li>• Les journalistes ont une «responsabilité en matière d'information»: n'importe qui peut les poursuivre en justice s'ils ne respectent pas leurs droits et devoirs. C'est une différence essentielle avec les influenceurs et influenceuses et tous ceux et celles qui publient sur Internet.</li> <li>• Les entreprises de médias produisent également des informations explicitement destinées aux enfants ou aux jeunes. Ces informations adaptées aux différents âges aident à appréhender des faits complexes.</li> <li>• De nombreuses entreprises de médias sont également présentes sur les réseaux sociaux et ont leurs propres comptes, p. ex. la RTS.</li> </ul> | PL                    | Fiche de travail «Aide-mémoire sur les médias de qualité» |

## Variante B.

| Durée  | Contenu                            | Mise en œuvre didactique                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Forme didac-tique                                 | Supports                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15 min | Les infor-mations et leurs sources | <p>Transition: la lettre S dans SERS. «Vérifier la source» est relativement simple et rapide, mais si je dois le faire pour chaque information, cela prend beaucoup de temps. Il est possible de regrouper les sources pour nous aider à les évaluer plus rapidement.</p> <p>1. Quelles sources, au sens large, connaissez-vous?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 5<sup>e</sup>/6<sup>e</sup>: lire le «Tableau I simple» et clarifier les termes.</li> <li>• 7<sup>e</sup>/9<sup>e</sup>: recenser les sources à l'oral puis les regrouper; lire le «Tableau II avancé» et clarifier les termes.</li> </ul> <p>2. Répartir les informations entre les trois à cinq groupes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chaque ÉC reçoit une information imprimée et l'attribue à un groupe.</li> </ul> <p>3. Évaluer la fiabilité des sources</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chaque ÉC surligne les groupes de sources, dans la première colonne du tableau I ou II, selon ce code couleur:</li> <li>• En vert: je ne vérifie pas, mais j'ai conscience que même les médias de qualité peuvent commettre des erreurs.</li> <li>• En orange: je fais preuve de prudence (SERS).</li> <li>• En rouge: je vérifie (SERS) → signal d'alarme</li> </ul> <p>4. Comparer avec le voisin ou la voisine: quel groupe ai-je surligné de quelle couleur? Pour quelle raison ai-je choisi cette couleur?</p> <p>Intervention de l'enseignant·e</p> <p>L'objectif n'est pas que l'ensemble des ÉC attribuent les mêmes couleurs aux mêmes sources. Il faut faire des différences selon les cas. Je ne peux pas faire confiance à toutes les organisations, par exemple. Je dois faire la distinction entre les organisations dignes de confiance et celles qui ne le sont pas. Si une organisation ne me paraît pas fiable, cela ne veut pas dire que toutes les in-formations qu'elle publie sont fausses, mais je dois faire preuve d'esprit critique lorsque je les lis (en ayant SERS en tête). Quand le feu tricolore est toujours rouge, c'est fatigant à la longue. Il me faut donc une stratégie qui m'aide à faire un tri sommaire. J'ai néanmoins conscience que même les médias de qualité peuvent faire des erreurs.</p> | <p>PL</p> <p>PL</p> <p>PL</p> <p>TI</p> <p>TP</p> | <p>Fiche de travail «Les infor-mations et leurs sources»</p> <p>Document d'accompa-gnement «Les informa-tions et leurs sources»</p> <p>Fiche de travail «Classer les informations»</p> <p>Commentaire à l'intention de l'enseignant·e: Classer les informations – exemples</p> |

| Durée  | Contenu                           | Mise en œuvre didactique                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Forme didac-<br>tique  | Supports                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15 min | Reconnaître les médias de qualité | <p>Intervention de l'enseignant·e</p> <p>Les médias de qualité emploient des journalistes. Les journalistes s'engagent à respecter des règles du jeu (leurs «devoirs et droits»). Ces règles sont consignées dans le code déontologique des journalistes. Quand des journalistes estiment que des contenus sont intéressants pour leur public, ils et elles les vérifient et les publient dans le respect du code déontologique. Ces droits et devoirs sont valables pour les journalistes dans toute la Suisse. Les journalistes s'engagent notamment à être indépendants, c'est-à-dire à ne pas se laisser influencer ou acheter par des institutions ou des individus. Aujourd'hui, tout le monde peut publier du contenu. La mission des journalistes est d'autant plus exigeante et la vérification des faits encore plus importante. Plus d'informations pour les enseignant·e-s dans le commentaire à leur intention: contexte des devoirs des journalistes</p> <p>1. Les EC reçoivent la fiche de travail «Code déontologique des journalistes» (en langue simplifiée) ou le lien vers le code déontologique des journalistes <a href="https://presserat.ch/fr/journalistenkodex/erklaerungen/">presserat.ch/fr/journalistenkodex/erklaerungen/</a>).</p> <p>2. Les EC répondent au quiz à l'aide du code déontologique.</p> | <p>PL</p> <p>TI/TP</p> | <p>Commentaire à l'intention de l'enseignant·e: code QR pour l'accès au quiz</p> <p>Commentaire à l'intention de l'enseignant·e: solution du quiz numérique sur le code déontologique des journalistes</p> <p>Fiche de travail «Code déontologique des journalistes»</p> <p>Commentaire à l'intention de l'enseignant·e: contexte des devoirs des journalistes</p> |
| 10 min | Conclusion (Que retiennent-nous?) | <p>Bref échange sur l'activité.</p> <p>Questions complémentaires:</p> <p>Quels groupes de sources vais-je consulter plus volontiers à l'avenir?</p> <p>Parmi les canaux que j'utilise déjà, lesquels peuvent être considérés comme fiables (feu vert)?</p> <p>Intervention de l'enseignant·e</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SERS aide à évaluer les informations.</li> <li>• Il est important de regarder la source (S) de plus près.</li> <li>• S'il s'agit d'une entreprise de médias établie, on peut s'y fier bien plus facilement.</li> <li>• Certaines entreprises de médias établies produisent également des informations explicitement destinées aux enfants ou aux jeunes. Ces informations adaptées aux différents âges aident à appréhender des faits complexes.</li> <li>• De nombreuses entreprises de médias sont également présentes sur les réseaux sociaux et ont leurs propres comptes, p. ex. la RTS sur TikTok et Instagram.</li> </ul> <p>Remettre l'aide-mémoire «Médias de qualité» (éventuellement au format numérique).</p> <p>S'il reste du temps, inviter les EC à visiter les plateformes d'information.</p>                                                                                                                                                                              | <p>PL</p>              | <p>Fiche de travail «Aide-mémoire sur les médias de qualité»</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

## Analyser ses propres informations.

Lien: [wordwall.net/de/resource/78789905/analyser-ses-propres-informationsfr](https://wordwall.net/de/resource/78789905/analyser-ses-propres-informationsfr)



## Approfondissement «SERS-toi de ta tête».

**S**

Lien: [view.genially.com/6710d1d6e5763a5ebcc85178](https://view.genially.com/6710d1d6e5763a5ebcc85178)



«SERS-toi de ta tête».

**E**

Lien: [view.genially.com/6710d12dd9602d6ba9d3d9cd](https://view.genially.com/6710d12dd9602d6ba9d3d9cd)



«SERS-toi de ta tête».

**R**

Lien: [view.genially.com/6710d16245d3aeae0262fa6d](https://view.genially.com/6710d16245d3aeae0262fa6d)



«SERS-toi de ta tête».

**S**

Lien: [view.genially.com/6710d21f2ba6866a886e4ded](https://view.genially.com/6710d21f2ba6866a886e4ded)

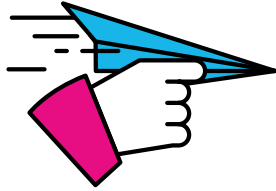


Solution: approfondissement «SERS-toi de ta tête».

- S pour solution
- E pour émotion
- R pour respect
- S pour source

Scanne les codes QR dans la salle de classe et regarde les courtes vidéos.  
Lis ensuite les textes ci-dessous et demande-toi quelle lettre correspond à quel texte. Entoure la lettre concernée.

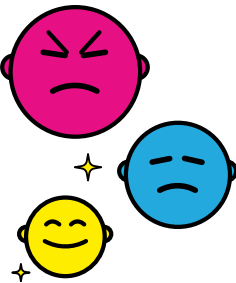
|                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |   |   |                                                                                                                       |   |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                 |   |   |   |                                                                                                                                         |   |   |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|
| Interrogez-vous sur l'impact que ce sujet a sur vous. Est-ce que son but est de vous mettre en colère, de vous rendre tristes ou heureux, de vous faire simplement appuyer sur le bouton «Partager» ou «J'aime», ou plutôt de vous informer en toute honnêteté? |   |   |   | N'y a-t-il qu'une seule solution au problème ou à la thématique dont il est question ou peut-il y en avoir plusieurs? |   |   |   | Réfléchissez à la provenance de la publication. Qui l'a postée? Existe-t-il d'autres sources pour vérifier si ce qui est dit est vrai? La personne qui l'a écrite souhaite-t-elle vous convaincre de son point de vue, ou plutôt vous informer? |   |   |   | Est-ce que ce post respecte les personnes ou certains groupes de personnes (ou certaines croyances)? Sert-il à critiquer ou à dénigrer? |   |   |   |
| S                                                                                                                                                                                                                                                               | E | R | S | S                                                                                                                     | E | R | S | S                                                                                                                                                                                                                                               | E | R | S | S                                                                                                                                       | E | R | S |



S

## Source.

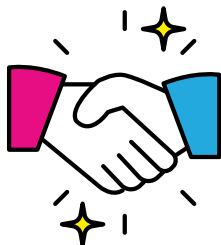
- Qui a posté la publication?
- Existe-t-il d'autres sources pour vérifier si ce qui est dit est vrai?
- La personne qui l'a écrite souhaite-t-elle vous convaincre de son point de vue, ou plutôt vous informer?



E

## Émotion.

- Est-ce que le but du post est de vous mettre en colère, de vous rendre tristes ou heureux,
- de vous faire simplement appuyer sur le bouton «Partager» ou «J'aime»,
- ou plutôt de vous informer en toute honnêteté?



R

## Respect.

- Est-ce que le post respecte les personnes ou certains groupes de personnes (ou certaines croyances)
- ou bien sert-il à critiquer ou à dénigrer?



S

## Solution.

- N'y a-t-il qu'une seule solution au problème ou à la thématique dont il est question
- ou peut-il y en avoir plusieurs?

# SOLUTION ET CONTEXTE:

## Démâsquer les fake news à l'aide du modèle SERS.

### A) Clickbait.



Source: [www.wissen-macht-den-unterschied.de](http://www.wissen-macht-den-unterschied.de)

#### Contexte

L'animal sur cette photo est un requin grande-gueule, qui est très rare et très grand (environ 5 mètres). Ce qui est trompeur dans cet article, c'est le terme «monstre des profondeurs» dans le titre. Ce requin n'est pas dangereux et se nourrit principalement de plancton.



Source: [www.fastnews.online](https://www.fastnews.online)

#### Traduction

Scoop: le prince William annonce un chagrin d'amour: «Ma femme, c'est fini...»

#### Contexte

Cet article fait référence à l'opération chirurgicale de Kate Middleton. Le public n'a pas été informé des raisons de l'opération. Le prince William a délibérément évité de répondre aux questions à ce sujet. Ce qui est trompeur dans cet article, c'est la citation du prince William dans le titre («Ma femme, c'est fini») qui suggère autre chose, par exemple que le couple s'est séparé.



Source: [www.wissen-macht-den-unterschied.de](http://www.wissen-macht-den-unterschied.de)  
(La source n'existe plus.)

#### Contexte

La photo présente une espèce de champignon très répandue en Europe et sur le continent américain. En français, ce champignon s'appelle xylaïre polymorphe. Photographié sous un certain angle, il prend un aspect inquiétant. Ce n'est pas un hasard si les anglophones l'appellent aussi «Dead Man's Fingers», littéralement «doigts d'homme mort». Mais il n'y a rien à craindre de ce champignon, qui n'est pas toxique.



Source: [www.ca.news.yahoo.com](http://www.ca.news.yahoo.com)

#### Contexte

Voici une photo étrange d'un cheval énorme, partagée à plusieurs reprises sur les réseaux sociaux et accompagnée d'un commentaire affirmant qu'une jument du nom de Felicia avait refusé de mettre bas. Selon la publication, un vétérinaire venu l'examiner aurait vu quelque chose de choquant sur l'échographie qui l'aurait incité à appeler la police. Tout cela n'est toutefois que pure invention. Une version courante de cette histoire se termine par la révélation qu'on aurait retrouvé une «puce de localisation cachée» dans le corps de Felicia. L'histoire dit que cette puce aurait permis à l'un des éleveurs de chevaux de retrouver Felicia. Une recherche inversée à partir de l'image montre que cette dernière a été retouchée et était à l'origine l'une des 36 images envoyées dans le cadre d'un concours Adobe Photoshop organisé en 2011.

## B) Satire.



Source: [www.x.com/extra3](http://www.x.com/extra3)

### Contexte

Ce post satirique donne l'impression que des documents confidentiels américains seraient protégés par le mot de passe le plus utilisé au monde: «12345».

## C) Rumeurs.



Source: [www.nau.ch](http://www.nau.ch)

### Contexte

Cet article propage la rumeur selon laquelle Meghan Markle aurait eu recours à la chirurgie esthétique dans le but de ressembler à sa belle-sœur, la princesse Kate. L'article se base sur les commentaires d'utilisateurs des réseaux sociaux.



Source: [www.nau.ch](http://www.nau.ch)

### Contexte

Cet article propage la rumeur selon laquelle Angelina Jolie serait dans une situation financière compliquée.

Il cite des connaissances de l'actrice dont les noms ne sont pas cités et qui ont déclaré qu'elle risquait l'endettement parce son domaine viticole en France et son divorce avec Brad Pitt, entre autres choses, lui coûteraient une fortune.

## D) Désinformation.



Source: [www.instagram.com/earth\\_is\\_flat\\_truth\\_page](https://www.instagram.com/earth_is_flat_truth_page)

### Traduction:

Même l'ONU, l'Organisation des Nations Unies, a vu juste.

Drapeau de l'ONU – Terre plate

### Contexte

Ce post prétend que le logo de l'ONU (Organisation des Nations Unies) montre que la Terre est un disque. Le logo serait utilisé depuis 1958, date à laquelle l'ONU aurait, en voulant lancer le premier satellite, réalisé que la Terre était un disque.



Source: [www.tiktok.com/@chemtrailswiss](https://www.tiktok.com/@chemtrailswiss)

### Contexte

Diverses théories du complot prétendent que les traînées de condensation («chemtrails») laissées dans le ciel par les avions contiennent en réalité des substances chimiques ou biologiques qui seraient délibérément pulvérisées par des gouvernements ou d'autres organisations.

Les partisans de ces théories pensent que ces substances pourraient avoir différents objectifs, par exemple la manipulation de la météo, la réduction de la population ou encore le contrôle de la pensée. Ces allégations ont toutefois été réfutées par la science; les traînées de condensation ne sont que de l'eau condensée par la combustion du carburant de l'avion. Dans l'exemple présent, on dirait que l'avion est noir. Mais c'est bien sûr faux. À contre-jour, tout semble noir ou sombre, même un avion blanc.

## E) Publicité/concours.

**Le meilleur deal de l'histoire de «Höhle der Löwen» peut vous rendre (vraiment) riche en seulement 7 jours.**

SPIEGEL ONLINE | YAHOO! | Bild | ONLINE FOCUS | T... Online



Ces deux camarades ont créé Bitcoin Trader, une plate-forme simple sur laquelle il est possible de négocier des bitcoins en quelques clics.

Lors de leur passage dans l'émission à succès de la chaîne allemande VOX, «Die Höhle der Löwen», les deux amis ont fait la promotion de leur idée de plate-forme automatisée d'échange de bitcoins du nom de Bitcoin Trader. L'idée est simple: donner à Monsieur et Madame Tout-le-Monde la possibilité de profiter du boom du bitcoin, même sans expérience en matière d'investissements ou de technologies.

Source: [www.kryptoszene.de](http://www.kryptoszene.de)

### Contexte

Sur les réseaux sociaux, les utilisateurs et utilisatrices sont attirés vers une start-up de bitcoin par une fausse annonce sur l'émission «Höhle der Löwen». L'annonce mène ensuite sur la page d'un journal censé être par exemple «Bild» ou «Die Zeit». Ce site qui ressemble à l'original est toutefois une contrefaçon. On le remarque à son URL, qui ne présente souvent que des différences minimales. Sur cette page est publié un article sur deux étudiants qui auraient développé un robot automatisant l'échange de bitcoins et chercheraient des investisseurs pour leur nouveau logiciel. L'article falsifié raconte comment Judith Williams a investi 250 euros et immédiatement réalisé des bénéfices.



C'est trop dur de perdre du poids! J'ai découvert ce produit recommandé par mon ami et j'ai perdu 2,5 kg en 7 jours! Le résultat est incroyable! Je le recommande à tous mes amis!

28 Février 2018 15:04

10 4 Commentaires

Suka Suka 5 h

Born dia! Vidi

Suka Suka 5 h

Source: [www.correctiv.org](http://www.correctiv.org)

### Contexte

Ce compte Facebook fait la promotion de la pilule amaigrissante «Keto». Le texte ne donne aucune information concrète sur le fabricant ni sur les composants, mais un lien partagé dans la publication est censé mener au site où ce produit peut être commandé. Ce dernier n'existe toutefois pas; à la place, on peut supposer que les données des utilisateurs et utilisatrices sont interceptées. Ce procédé porte le nom d'hameçonnage, ou phishing en anglais.

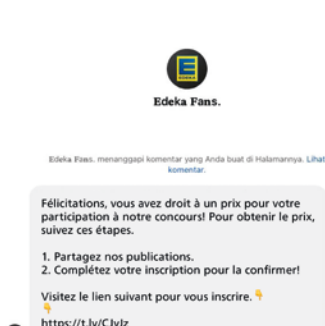


NOËL ARRIVE!

Cette année, en attendant Noël, l'Edeka-Fans offre 750 paquets cadeaux aux heureux gagnants d'un tirage au sort entre toutes les personnes qui nous aident à gagner Noël. Le concours se terminera le 15 décembre 2017. Bonne chance!

27 Commentaires 31 Mai 2017

Source: [www.correctiv.org](http://www.correctiv.org)



Edeka Fans.

Edeka Fans. menanggapi komentar yang Anda buat di Halaman ini. Lihat komentar.

Félicitations, vous avez droit à un prix pour votre participation à notre concours! Pour obtenir le prix, suivez ces étapes.

1. Partagez nos publications.  
2. Complétez votre inscription pour la confirmer!

Visitez le lien suivant pour vous inscrire.

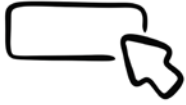
<https://t.ly/Chylz>

### Contexte

À première vue, ce post sur Facebook semble être un concours d'EDEKA, mais c'est faux. Le compte «Edeka Fans» cherche à s'emparer des données des utilisateurs et utilisatrices pour les bombarder ensuite de publicité.

On peut reconnaître les faux de ce genre à l'absence de mentions légales sur le compte, au nombre dérisoire de «followers» et à sa création toute récente: quelques jours seulement.

## Objectifs des fake news.



### Clickbait.

Des titres racoleurs incitent à cliquer sur l'article.

Source: Articlett



### Satire.

Représentation outrancière ou humoristique à des fins de critique de la société.

Source: Articlett



### Désinformation.

Diffusion volontaire de contenus et informations incorrects.

Source: Articlett



### Rumeurs.

Histoires exagérées et déformées.

Source: Articlett



### Publicité et concours.

Les fausses publicités et faux concours tentent souvent d'obtenir des données personnelles ou de l'argent en promettant faussement un gain ou une réduction.

Source: Articlett



### Formation d'opinion par des partis et des groupes aux motivations politiques.

Des informations sont volontairement omises pour convaincre le public d'un point de vue politique.

# INSTRUCTIONS: créer des fake news.

Vous trouverez sur rts.ch de nombreux titres actuels accompagnés de photos. L'enseignant-e choisit un ou plusieurs gros titres qui intéressent les EC et/ou dont les photos les interpellent. L'enseignant-e fait une capture d'écran du gros titre choisi et met le fichier à la disposition des EC, au format numérique ou imprimé.

<https://www.rts.ch/info/societe>

Exemple de fake news créée.

## Article original

(Source: [www.srf.ch/radio-srf-3/festivalsommer/festival-toiletten-was-passiert-mit-der-toi-toi-faekalien-suppe-nach-dem-open-air](http://www.srf.ch/radio-srf-3/festivalsommer/festival-toiletten-was-passiert-mit-der-toi-toi-faekalien-suppe-nach-dem-open-air))



## Fake



Capture d'écran ajoutée dans Paint; texte recouvert avec la police Arial (voir tutoriel vidéo).

[view.genially.com/66bdf28fb82c505be5e430fb/horizontal-infographic-diagrams-tutorialfake-news-erstellen](https://view.genially.com/66bdf28fb82c505be5e430fb/horizontal-infographic-diagrams-tutorialfake-news-erstellen)



# Les informations et leurs sources.

Tableau I simple (5<sup>e</sup>/6<sup>e</sup>).

| Source d'informations                              | Exemples                                                                          | Objectifs                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Entreprises de média                            | RTS, 24 heures, Le Temps, Le Matin, Tribune de Genève, Le Nouvelliste, La Liberté | Diffusion d'informations pertinentes, indépendantes et actuelles ainsi que d'articles instructifs et divertissants.                                                                                                                                                            |
| 2. Institutions/entreprises (publiques et privées) | Confédération, cantons, OFSP, WWF, partis politiques, Swisscom                    | Informations à l'intention de la population suisse concernant les lois, les décisions, les activités, les nouveautés, etc.<br>Les entreprises veulent vendre leurs produits, les présenter sous leur meilleur jour (publicité, paid post) ou cherchent à améliorer leur image. |
| 3. Individus                                       | Influenceurs et influenceuses, expert-e-s                                         | Construction d'une marque personnelle; génération de revenus grâce à la publicité, à l'engagement et à l'interaction; commentaire sur des événements ou des actualités; divertissement par la diffusion de contenus amusants ou effrayants.                                    |

## Code couleur

Vert: je ne vérifie pas, mais j'ai conscience que même les médias de qualité peuvent commettre des erreurs.

Orange: je fais preuve de prudence (SERS).

Rouge: je vérifie (SERS) → signal d'alarme

Tableau II avancé (7<sup>e</sup> à 9<sup>e</sup>).

| Source d'informations                                                          | Exemples                                                                                | Objectifs                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Entreprises de média<br>(et agences de presse)                              | RTS, 24 heures, Le Temps,<br>Le Matin, Tribune de Genève,<br>Le Nouvelliste, La Liberté | Diffusion d'informations pertinentes,<br>indépendantes et actuelles ainsi<br>que d'articles instructifs et divertis-<br>sants.                                                                                                                                  |
| 2. Institutions gouvernementales<br>et publiques                               | Confédération, cantons, OFSP                                                            | Informations à l'intention de la<br>population suisse concernant les<br>lois, les décisions, les activités,<br>les nouveautés, etc.                                                                                                                             |
| 3. Établissements universitaires<br>et de recherche                            | Hautes écoles                                                                           | Découvertes scientifiques.                                                                                                                                                                                                                                      |
| 4. Organisations non gouver-<br>nementales, groupes d'intérêts,<br>entreprises | WWF, partis politiques, Swisscom                                                        | Sensibilisation à des thèmes spéci-<br>fiques; influence sur les décisions<br>politiques.<br><br>Les entreprises veulent vendre leurs<br>produits, les présenter sous leur<br>meilleur jour (publicité, paid post) ou<br>cherchent à améliorer leur image.      |
| 5. Individus                                                                   | Influenceurs et influenceuses,<br>expert-e-s                                            | Construction d'une marque per-<br>sonnelle; génération de revenus<br>grâce à la publicité, à l'engagement<br>et à l'interaction; commentaire sur<br>des événements ou des actualités;<br>divertissement par la diffusion de<br>contenus amusants ou effrayants. |

**Code couleur**

Vert: je ne vérifie pas, mais j'ai conscience que même les médias de qualité peuvent commettre des erreurs.

Orange: je fais preuve de prudence (SERS).

Rouge: je vérifie (SERS) → signal d'alarme

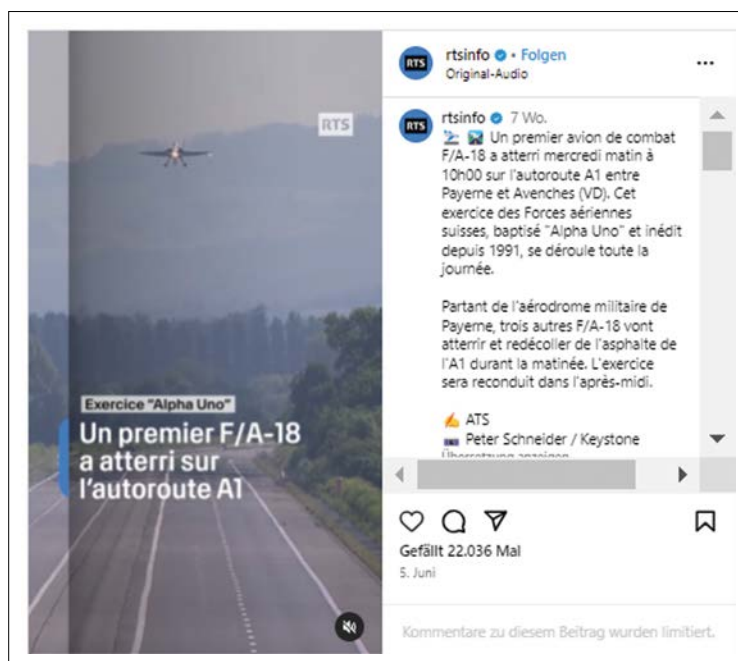
# Classer les informations – exemples.

Certains articles proviennent de [newstest.ch/?locale=fr](https://www.newstest.ch/?locale=fr)

## 1. Entreprises de média (et agences de presse)

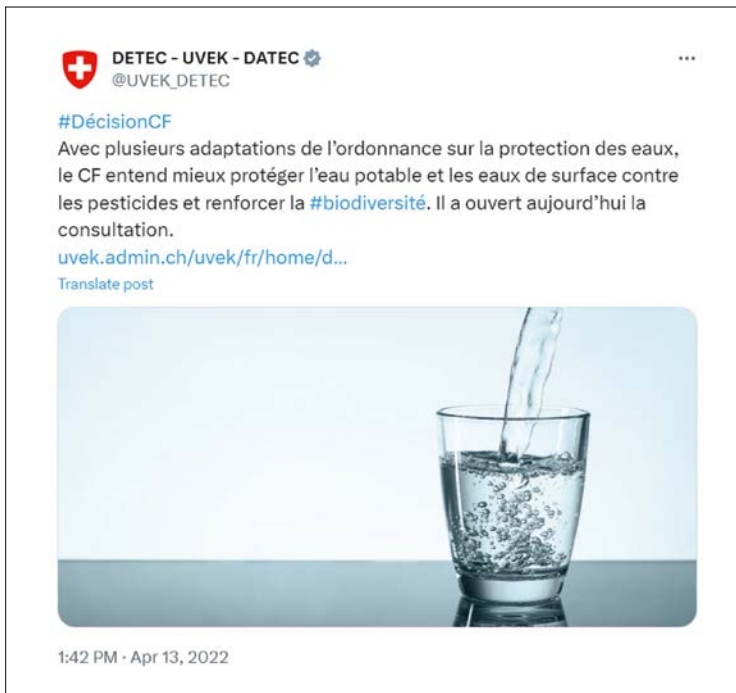


Source: [www.instagram.com/nzz](https://www.instagram.com/nzz)



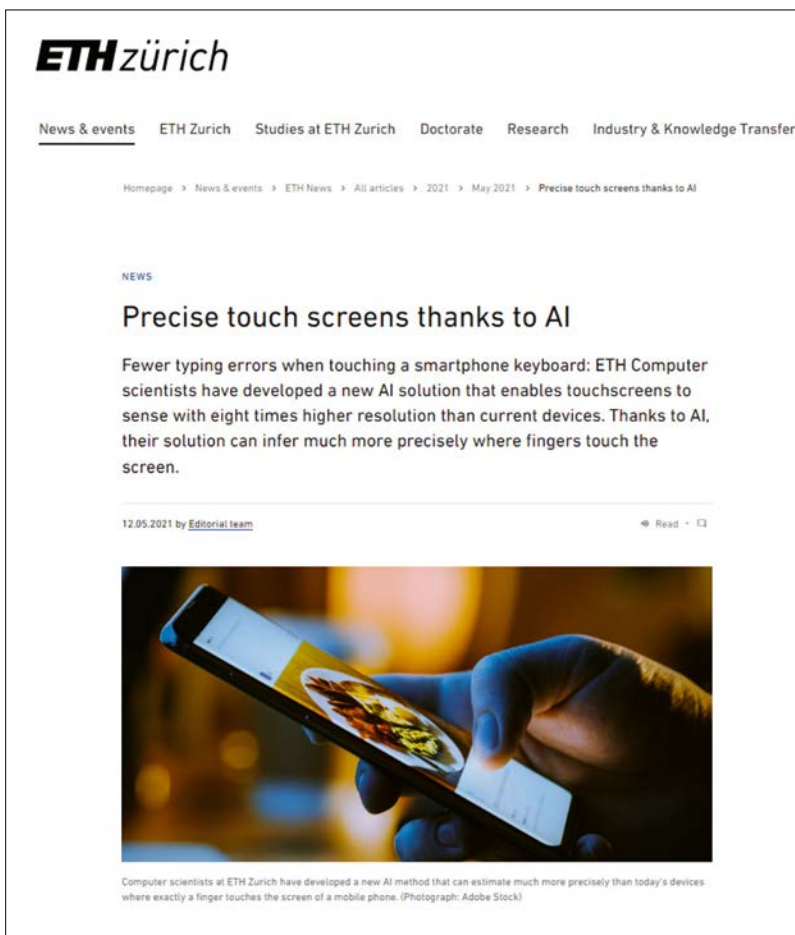
Source: [www.instagram.com/srfnews](https://www.instagram.com/srfnews)

## 2. Institutions gouvernementales et publiques



Source: [www.x.com/UVEK\\_DETEC](https://www.x.com/UVEK_DETEC)

## 3. Établissements universitaires et de recherche



Source: [www.ethz.ch](https://www.ethz.ch)

### Traduction française:

Des écrans tactiles plus précis grâce à l'IA

Moins d'erreurs de saisie sur le clavier de smartphone: les informaticiens de l'EPF de Zurich ont développé une nouvelle solution basée sur l'IA qui permet de reconnaître les contacts sur l'écran tactile avec une résolution huit fois plus élevée. Elle permet par ailleurs de déduire avec beaucoup plus de précision l'endroit où les doigts touchent l'écran.

## 4. Organisations non gouvernementales, groupes d'intérêts, entreprises



[NOS OBJECTIFS](#) [OÙ TRAVAILLONS-NOUS?](#) [ESPÈCES](#) [VIE DURABLE](#) [AGIR](#) [QUI SOMMES-NOUS?](#)

[DEVENIR MEMBRE](#) [FAIRE UN DON](#)

26 mai 2024 — Communiqué de presse

# Assez de toasts pour faire deux fois le tour de l'équateur

Environ 170 000 tonnes de pain sont gaspillées chaque année en Suisse rien que dans la restauration, le commerce et les ménages. Si l'on mettait bout à bout des tranches de pain toast, il y en aurait suffisamment pour faire deux fois le tour de l'équateur. Cette image peut sembler absurde, mais elle illustre bien la manière dont nous gaspillons la nourriture.

Source: [www.wwf.ch](http://www.wwf.ch)

PAID POST

## « J'ai économisé 300 francs sur mon voyage »

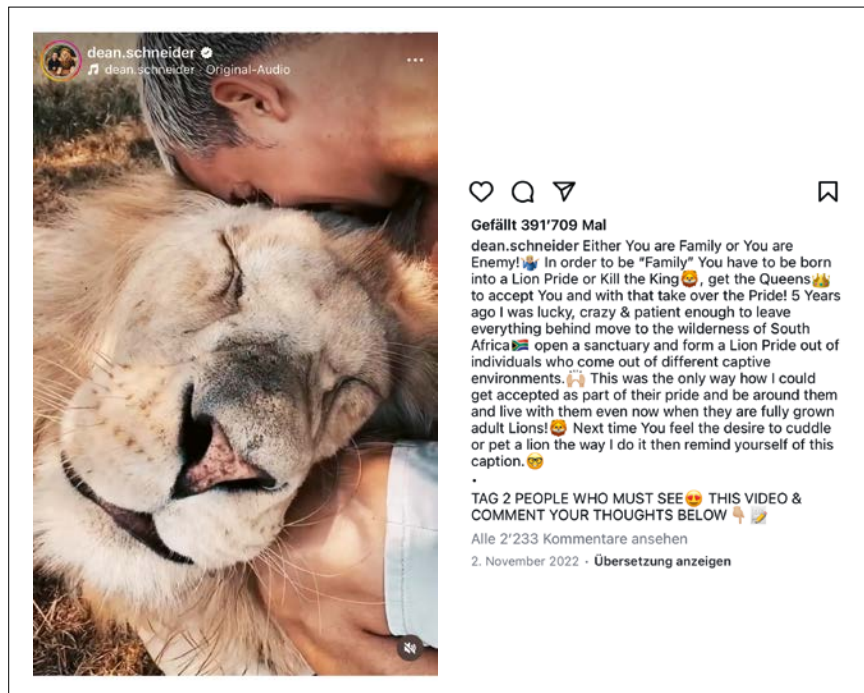
Une plate-forme en ligne rembourse les réservations d'hôtel et de vol.



En s'inscrivant, comme Peter du site de cashback [rabattcorner.ch](http://rabattcorner.ch), on profite automatiquement de remboursements auprès de nombreuses plates-formes de voyage et boutiques en ligne connues.

Source: [www.20min.ch](http://www.20min.ch)

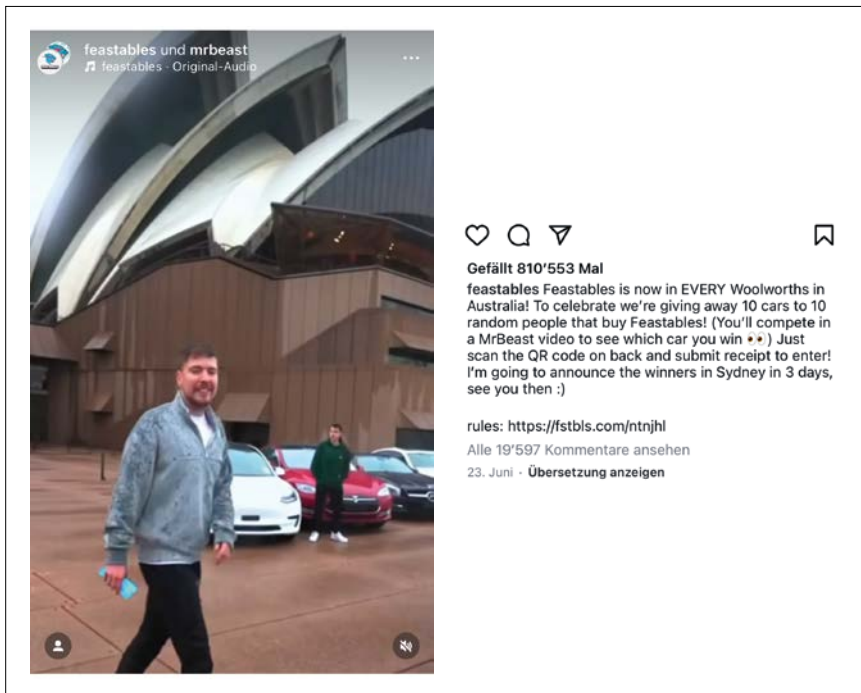
## 5. Individus.



Source: [www.instagram.com/dean.schneider](https://www.instagram.com/dean.schneider)

### Traduction française:

Soit tu fais partie de la famille, soit tu es un ennemi! Pour faire partie de la «famille», tu dois être né dans une troupe de lions ou tuer le roi, amener les reines à t'accepter et ainsi prendre la tête de la troupe! Il y a 5 ans, j'ai eu la chance d'être assez fou et patient pour tout quitter, déménager dans la savane sud-africaine, ouvrir un sanctuaire et fonder une meute de lions composée d'individus issus de différents lieux de captivité. C'était le seul moyen pour moi d'être accepté comme faisant partie de la meute et d'être et de vivre avec eux, même maintenant qu'ils sont adultes! La prochaine fois que tu as envie de câliner un lion comme je le fais, rappelle-toi ce préambule.



Source: [www.instagram.com/feastables](https://www.instagram.com/feastables)

### Traduction française:

Les snacks Feastables sont désormais disponibles dans TOUS les magasins Woolworth d'Australie! Pour fêter cette bonne nouvelle, nous offrons dix voitures à dix personnes tirées au sort parmi celles qui achètent des produits Feastables! (Vous vous affronterez dans une vidéo de MrBeast pour savoir quelle voiture vous gagnez) Il suffit de scanner le code QR au recto et d'envoyer le ticket de caisse pour participer! J'annoncerai les gagnants dans trois jours à Sydney. À bientôt :)



### Traduction française:

Notre aventure @euro2024 se termine brutalement. Mais nous sommes fiers d'en être arrivés là et très reconnaissants à nos fans et à nos familles de nous avoir soutenus avec une telle ferveur, dans les stades comme chez nous, en Suisse! #moa5

Source: [www.instagram.com/manuelobafemiakanji](https://www.instagram.com/manuelobafemiakanji)

## Quiz en ligne sur le code déontologique des journalistes

Lien: [view.genially.com/66debd686d3bf46026a2dfac](https://view.genially.com/66debd686d3bf46026a2dfac)



## Solution:

# Quiz en ligne sur le code déontologique des journalistes.

1. Un journal en ligne publie un article sur une entreprise qui traite son personnel de façon injuste. L'information est confidentielle et provient de quelqu'un de l'entreprise. L'entreprise demande au journal de révéler la source de cette information.

Le journal doit-il révéler sa source? La règle 6 du code déontologique peut t'aider.

- A) Non
- B) Oui

**Solution: A**

La règle 6 stipule que les journalistes n'ont pas à révéler la source d'informations confidentielles si cette dernière souhaite rester anonyme. Cela permet de la protéger.

2. Le journal doit-il connaître la source? La règle 3 du code déontologique peut t'aider.

- A) Oui
- B) Non

**Solution: A**

La règle 3 affirme que le journal doit connaître l'origine de l'information.

3. Une émission de radio rapporte qu'une star a reçu une avance de plusieurs millions de francs pour écrire l'histoire de sa vie (son autobiographie). Il s'avère que l'information est en grande partie exacte, sauf que le montant est beaucoup moins élevé.

Que se passe-t-il maintenant? La règle 5 du code déontologique peut t'aider.

- A) La station de radio doit rectifier d'elle-même ses propos.
- B) La station ne doit diffuser un rectificatif que si la star le lui demande.
- C) Rien puisque cette personne a bien reçu une avance.

**Solution: A**

La règle 5 impose aux journalistes de rectifier toute information qui se révélerait totalement ou en partie inexacte.

4. Une journaliste expérimentée travaille pour un journal en ligne. Elle reçoit une offre d'un grand constructeur automobile qui est prêt à payer beaucoup d'argent pour une pleine page de publicité dans son journal. En échange, il exige qu'elle parle positivement de ses nouveaux modèles et qu'elle vante les évolutions techniques (innovations) de la marque. Que doit faire la journaliste? La règle 10 du code déontologique peut t'aider.

Que doit faire la journaliste? La règle 10 du code déontologique peut t'aider.

- A) Elle accepte l'offre et rédige l'article selon les désirs du constructeur automobile, parce que la publicité est une bonne source de revenus pour le journal en ligne.
- B) Elle refuse l'offre et écrit son article en toute indépendance, sans faire de publicité ni se laisser dicter des conditions par l'entreprise.
- C) Elle négocie avec le constructeur et parvient à un compromis intégrant à la fois la publicité et un article positif.

**Solution: B**

La règle 10 stipule que les journalistes ne peuvent pas faire de publicité.

5. Un journaliste se voit offrir de luxueuses vacances dans un nouvel hôtel en échange d'un article élogieux sur l'établissement. Comment doit-il réagir? La règle 9 du code déontologique peut t'aider.

- A) Le journaliste devrait accepter, car c'est l'occasion rêvée de faire un reportage réaliste sur un hôtel qu'il aura tout loisir d'inspecter.
- B) Le journaliste devrait refuser, car accepter des cadeaux ou des avantages pourrait affecter son indépendance et le conduire à s'autocensurer.
- C) Le journaliste devrait accepter l'offre en indiquant qu'il était invité par l'hôtel.
- D) Le journaliste devrait décliner l'offre et dénoncer publiquement l'hôtel.

**Solution: B**

La règle 9 stipule que les journalistes ne doivent accepter aucun avantage qui pourrait porter atteinte à leur indépendance professionnelle.

# Contexte: les obligations des journalistes.

En Suisse, les journalistes sont soumis à une série d'obligations qui sont fixées aussi bien juridiquement que par des directives éthiques ou des documents internes (p. ex. directives de publication). Ces obligations peuvent être divisées grossièrement en **obligations légales (1)** et en **devoirs éthiques ou déontologiques (2)**. En cas d'infraction, il est possible de s'adresser à certaines **instances juridiques (3)**.

## 1. Obligations légales

**Devoir de dire la vérité et obligation de diligence:** les journalistes sont tenus de chercher et de rendre publique la vérité ainsi que de vérifier minutieusement les informations. Cette obligation est fixée dans l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme (CEDH), qui est également valable en Suisse.

**Protection de la personnalité:** le Code civil suisse (CC) protège les droits de la personnalité (art. 28 CC). Les journalistes doivent respecter la vie privée des personnes et leurs droits personnels lors de la diffusion d'informations.

**Devoir de rectification:** si toutefois des informations erronées devaient être publiées, les journalistes ont le devoir de les corriger.

**Protection des sources:** les journalistes ont le droit et le devoir de protéger leurs informateurs et informatrices afin de garantir la confidentialité des sources d'information.

**Distinction des faits et des opinions:** lors de la diffusion d'informations, il convient d'établir une distinction claire entre la relation de faits et l'expression d'opinions.

**Droit d'auteur:** la loi sur le droit d'auteur (LDA) régit la protection de la propriété intellectuelle. Les journalistes doivent respecter les droits des auteurs et n'ont pas le droit d'utiliser des textes, images et autres œuvres sans permission.

**Loi contre la concurrence déloyale (LCD):** les journalistes ne doivent pas diffuser d'informations trompeuses ou mensongères susceptibles de fausser la concurrence.

**Dispositions pénales:** les journalistes doivent également respecter des normes pénales, p. ex. concernant la calomnie (art. 174 CP), la diffamation (art. 173 CP) et la violation du secret de fonction (art. 320 CP).

## 2. Devoirs éthiques et déontologiques

**Devoirs selon le Conseil de la presse:** le Conseil suisse de la presse a rédigé un code déontologique des journalistes qui intègre des directives éthiques. Celles-ci comprennent l'obligation de dire la vérité, l'impartialité, le respect de la dignité humaine et le refus du sensationnalisme.

**Transparence et conflits d'intérêts:** les journalistes doivent travailler de manière transparente et éviter les conflits d'intérêts afin de préserver leur indépendance.

## 3. Instances juridiques

**Tribunaux:** en cas d'atteintes à la personnalité ou d'infractions pénales, les tribunaux ordinaires (Tribunal fédéral et tribunaux de district et cantonaux) sont compétents.

**Conseil suisse de la presse:** le Conseil suisse de la presse est une instance d'autorégulation qui examine les plaintes concernant le travail journalistique et impose des directives éthiques. Il ne prononce toutefois que des sanctions morales, non contraignantes sur le plan juridique.

**Organe de médiation de la SRG SSR:** cet organe s'occupe des réclamations concernant les programmes de la Société suisse de radiodiffusion et télévision. Il les examine et peut émettre des recommandations.

### Organes de médiation des médias privés

**L'Autorité indépendante d'examen des plaintes** en matière de radio-télévision (AIEP) examine les plaintes concernant des programmes radiophoniques et télévisuels et peut prendre des décisions contraignantes (il est impératif de passer par l'organe de médiation).

En résumé, les journalistes sont soumis en Suisse à un cadre de devoirs et de responsabilités étayé par des bases tant juridiques qu'éthiques et contrôlé par différentes instances.

# Les fake news nous concernent toutes et tous.

**Exemple 1:**

## Défis dangereux.

Tom, 14 ans, reçoit un message WhatsApp d'un numéro inconnu d'un certain Momo. Momo lui demande d'accomplir de petites actions qui deviennent vite dangereuses. Sur Internet, Tom lit que des choses terribles peuvent arriver si l'on ne relève pas les défis de Momo. Par peur, il suit à contrecœur les instructions, comme voler des choses et sortir de chez lui en cachette la nuit. Tom se retrouve totalement angoissé et dépassé par les événements, sans savoir vers qui se tourner.



# Les fake news nous concernent toutes et tous.

**Exemple 2:**

## Fausse information.

Lena, 15 ans, tombe sur un article en ligne qui prétend que des boissons populaires contiennent un produit chimique dangereux. Inquiète, elle partage l'article avec ses ami·e·s et sa famille, et nombre de ses camarades arrêtent de consommer les boissons concernées. L'école réagit en expliquant que l'article est une fake news sans aucun fondement scientifique. Lena est embarrassée.

## Les fake news nous concernent toutes et tous.

### Exemple 3:

#### Faux comptes.

Sophia, 17 ans, reçoit une demande d'ajout sur Instagram de la part d'une jeune femme nommée Laura. Laura publie de nombreux posts sur le fitness et la nutrition, des thèmes qui intéressent Sophia. Curieuse, cette dernière accepte la demande.

Laura écrit régulièrement à Sophia. Elles parlent de fitness et de régimes. Laura partage des liens vers des articles et vidéos affirmant que des régimes extrêmes et des compléments alimentaires comme les «pilules miracle» et «thés détox» font des merveilles. Sophia est sceptique, mais Laura sait se montrer convaincante.

Après quelques semaines, Laura suggère à Sophia de recommander ces produits dans son école et en ligne. Sophia commence à recommander ces «pilules miracle» et «thés détox» à ses ami·e·s et sur les réseaux sociaux.

Une amie de Sophia flaire l'escroquerie. Ensemble, elles effectuent des recherches sur le profil de Laura et découvrent qu'il s'agit d'un faux profil créé par des escrocs pour vendre de faux produits bien-être.



## Les fake news nous concernent toutes et tous.

### Exemple 4:

#### Trading.

Lukas, 17 ans, tombe sur Instagram sur une publicité pour une plate-forme de trading promettant des gains élevés. Curieux, il visite le site et voit des avis positifs et des témoignages de gens ayant gagné beaucoup d'argent. Il s'inscrit et investit un petit montant pour commencer, 50 francs.

Peu après, un «conseiller» de la plate-forme le contacte par téléphone et le persuade d'investir plus d'argent pour obtenir des gains encore plus élevés. Lukas suit son conseil et investit 200 francs supplémentaires.

Après quelques semaines, Lukas constate qu'il ne peut pas retirer ses gains. Le «conseiller» lui demande de payer des frais supplémentaires pour débloquer son argent. Lukas devient méfiant et se renseigne sur la plate-forme. Il découvre qu'il s'agit d'une plate-forme de trading douteuse dont le seul but est de voler de l'argent aux investisseurs peu expérimentés.

## Approfondissement «SERS-toi de ta tête».

### Exercice.

Scanne les codes QR dans la salle de classe et regarde les courtes vidéos.

Lis ensuite les textes ci-dessous et demande-toi quelle lettre correspond à quel texte. Entoure la lettre concernée.

|                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |   |   |                                                                                                                       |   |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                 |   |   |   |                                                                                                                                         |   |   |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|
| Interrogez-vous sur l'impact que ce sujet a sur vous. Est-ce que son but est de vous mettre en colère, de vous rendre tristes ou heureux, de vous faire simplement appuyer sur le bouton «Partager» ou «J'aime», ou plutôt de vous informer en toute honnêteté? |   |   |   | N'y a-t-il qu'une seule solution au problème ou à la thématique dont il est question ou peut-il y en avoir plusieurs? |   |   |   | Réfléchissez à la provenance de la publication. Qui l'a postée? Existe-t-il d'autres sources pour vérifier si ce qui est dit est vrai? La personne qui l'a écrite souhaite-t-elle vous convaincre de son point de vue, ou plutôt vous informer? |   |   |   | Est-ce que ce post respecte les personnes ou certains groupes de personnes (ou certaines croyances)? Sert-il à critiquer ou à dénigrer? |   |   |   |
| S                                                                                                                                                                                                                                                               | E | R | S | S                                                                                                                     | E | R | S | S                                                                                                                                                                                                                                               | E | R | S | S                                                                                                                                       | E | R | S |

Complète avec les termes correspondants:

**S** pour \_\_\_\_\_

**E** pour \_\_\_\_\_

**R** pour \_\_\_\_\_

**S** pour \_\_\_\_\_

## Démasquer les fake news à l'aide du modèle «SERS-toi de ta tête».



### Des pêcheurs japonais choqués de découvrir un monstre des profondeurs lors de leur sortie en mer (vidéo).

Un énorme requin grande-gueule attrapé par des pêcheurs stupéfaits à Owase, dans la préfecture japonaise de Mie, pesait une tonne et mesurait environ cinq mètres de long. Ce rare (...)

Source: [www.wissen-macht-den-unterschied.de](http://www.wissen-macht-den-unterschied.de)

À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news? Discutez-en à deux.

- Quelle est la source de cette information? (S)
- L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)
- Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)
- Des solutions simples sont-elles proposées? (S)

## Démasquer les fake news à l'aide du modèle «SERS-toi de ta tête».

### NEW UPDATE: PRINCE WILLIAM ANNOUNCES HEARTBREAK: 'MY WIFE, IT'S OVER...' –

April 29, 2024 - by [fastnewswws.online](http://fastnewswws.online) - [Leave a Comment](#)



Source: [www.fastnewswws.online](http://www.fastnewswws.online)

#### Traduction:

Scoop: le prince William annonce un chagrin d'amour: «Ma femme, c'est fini...»

À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news? Discutez-en à deux.

- Quelle est la source de cette information? (S)
- L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)
- Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)
- Des solutions simples sont-elles proposées? (S)

Démasquer les fake news à l'aide du modèle «SERS-toi de ta tête».

**ATTENTION! Si vous voyez ÇA en forêt, prenez immédiatement la fuite!**



Source: [www.wissen-macht-den-unterschied.de](http://www.wissen-macht-den-unterschied.de) (la source n'existe plus)

**À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news? Discutez-en à deux.**

- Quelle est la source de cette information? (S)
- L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)
- Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)
- Des solutions simples sont-elles proposées? (S)

Démasquer les fake news à l'aide du modèle «SERS-toi de ta tête».

**Une jument refuse de mettre bas.  
Quand le vétérinaire voit  
l'échographie, il appelle la police**



Source: [www.ca.news.yahoo.com](http://www.ca.news.yahoo.com)

**À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news? Discutez-en à deux.**

- Quelle est la source de cette information? (S)
- L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)
- Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)
- Des solutions simples sont-elles proposées? (S)

## Démasquer les fake news à l'aide du modèle «SERS-toi de ta tête».

Source: [www.x.com/extra3](http://www.x.com/extra3)

À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news? Discutez-en à deux.

- Quelle est la source de cette information? (S)
- L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)
- Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)
- Des solutions simples sont-elles proposées? (S)

## Démasquer les fake news à l'aide du modèle «SERS-toi de ta tête».

**L'essentiel en bref**

- Meghan Markle s'est récemment exprimée dans un message vidéo.
- C'est cependant sa nouvelle apparence qui a fait parler d'elle.
- La duchesse serait passée sur le billard, d'après ses fans.

Source: [www.nau.ch](http://www.nau.ch)

À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news? Discutez-en à deux.

- Quelle est la source de cette information? (S)
- L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)
- Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)
- Des solutions simples sont-elles proposées? (S)

## Démasquer les fake news à l'aide du modèle «SERS-toi de ta tête».

**Angelina Jolie: le manque d'argent va-t-il obliger Papa à prendre le relais?**

Après son divorce orageux, Angelina Jolie serait-elle maintenant tourmentée par des problèmes d'argent? Des proches dressent un sombre tableau.



**L'essentiel en bref**

- Angelina Jolie serait en proie à des problèmes d'argent.
- Rien que les honoraires d'avocat pour divorcer de Brad Pitt lui coûtent une fortune.
- Son père, Jon Voight, pourrait voler à son secours.

Source: [www.nau.ch](http://www.nau.ch)

**À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news? Discutez-en à deux.**

- Quelle est la source de cette information? (S)
- L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)
- Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)
- Des solutions simples sont-elles proposées? (S)

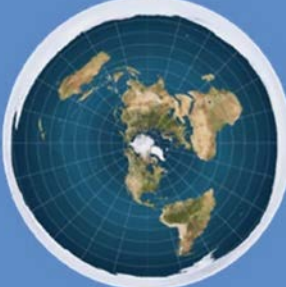
## Démasquer les fake news à l'aide du modèle «SERS-toi de ta tête».

**Even the UN, The UNITED NATIONS knows which is correct**

**UN flag**



**flat Earth**



Source: [www.instagram.com/earth\\_is\\_flat\\_truth\\_page](https://www.instagram.com/earth_is_flat_truth_page)

### Traduction:

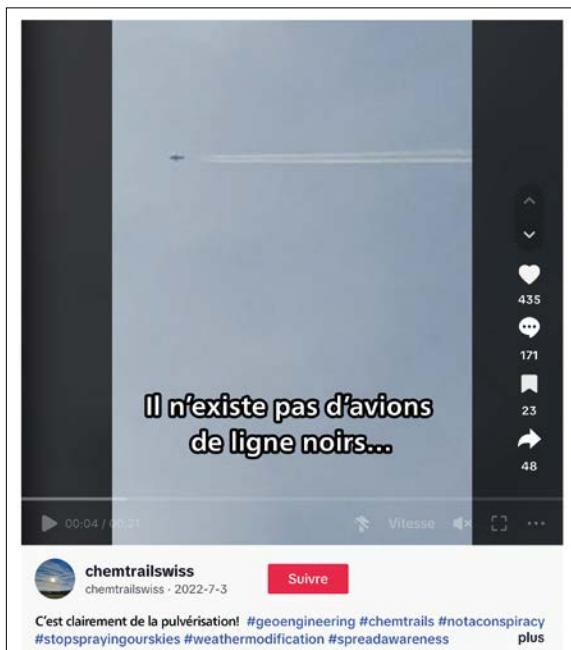
Même l'ONU, l'Organisation des Nations Unies, a vu juste.

Drapeau de l'ONU – Terre plate

**À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news? Discutez-en à deux.**

- Quelle est la source de cette information? (S)
- L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)
- Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)
- Des solutions simples sont-elles proposées? (S)

## Démasquer les fake news à l'aide du modèle «SERS-toi de ta tête».



Source: [www.tiktok.com/@chemtrailswiss](https://www.tiktok.com/@chemtrailswiss)

**À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news? Discutez-en à deux.**

- Quelle est la source de cette information? (S)
- L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)
- Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)
- Des solutions simples sont-elles proposées? (S)

## Démasquer les fake news à l'aide du modèle «SERS-toi de ta tête».

**Le meilleur deal de l'histoire de « Höhle der Löwen » peut vous rendre (vraiment) riche en seulement 7 jours.**

SPIEGEL ONLINE | YAHOO! | Bild | ONLINE FOCUS | T... Online

Ces deux camarades ont créé Bitcoin Trader, une plate-forme simple sur laquelle il est possible de négocier des bitcoins en quelques clics.

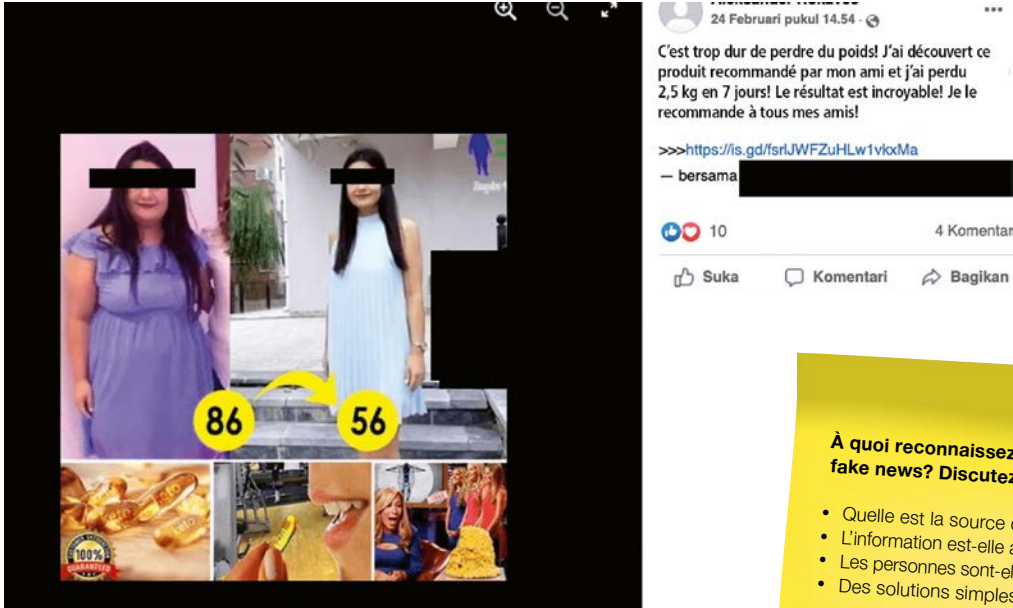
Lors de leur passage dans l'émission à succès de la chaîne allemande VOX, « Die Höhle der Löwen », les deux amis ont fait la promotion de leur idée de plate-forme automatisée d'échange de bitcoins du nom de Bitcoin Trader. L'idée est simple: donner à Monsieur et Madame Tout-le-Monde la possibilité de profiter du boom du bitcoin, même sans expérience en matière d'investissements ou de technologies.

Source: [www.kryptoszene.de](http://www.kryptoszene.de)

**À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news? Discutez-en à deux.**

- Quelle est la source de cette information? (S)
- L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)
- Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)
- Des solutions simples sont-elles proposées? (S)

## Démasquer les fake news à l'aide du modèle «SERS-toi de ta tête».



24 Februari pukul 14.54

C'est trop dur de perdre du poids! J'ai découvert ce produit recommandé par mon ami et j'ai perdu 2,5 kg en 7 jours! Le résultat est incroyable! Je le recommande à tous mes amis!

>>><https://is.gd/fsrJWFZuHLw1vioxMa>

— bersama

10 4 Komentar

Suka Komentari Bagikan

Source: [www.correctiv.org](http://www.correctiv.org)

**À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news? Discutez-en à deux.**

- Quelle est la source de cette information? (S)
- L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)
- Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)
- Des solutions simples sont-elles proposées? (S)

## Démasquer les fake news à l'aide du modèle «SERS-toi de ta tête».



Edeka Fans.  
1. Dezember

NOËL ARRIVE!  
1. Dezember

Cette année, en attendant Noël, l'Edeka-Team offre 750 paquets cadeaux aux heureux gagnants d'un tirage au sort entre toutes les personnes qui nous écriront «Joyeux Noël». Le concours se terminera le 7 décembre 2023. Bonne chance!

16 31 Kommentare 91 Mal geteilt

Source: [www.correctiv.org](http://www.correctiv.org)

**À quoi reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une fake news? Discutez-en à deux.**

- Quelle est la source de cette information? (S)
- L'information est-elle axée sur vos émotions? (E)
- Les personnes sont-elles traitées avec respect? (R)
- Des solutions simples sont-elles proposées? (S)

## Aide-mémoire Médias de qualité.

- L'acronyme SERS aide à évaluer les informations.
- Il est important de regarder la source (S) de plus près.
- Si la source est un média dit «de qualité» (c'est le cas de plusieurs entreprises de média suisses), je peux plus facilement me fier à ses informations. Mais là aussi, des erreurs se produisent de temps en temps.
- Certaines entreprises de médias produisent également des informations explicitement destinées aux enfants ou aux jeunes. Ces informations adaptées aux différents âges aident à appréhender des faits complexes.

### Exemples 5<sup>e</sup>/6<sup>e</sup>

[www.rts.ch/decouverte/](http://www.rts.ch/decouverte/)



---

[www.rts.ch/play/tv/emission/ya-pas-ecole?](http://www.rts.ch/play/tv/emission/ya-pas-ecole?)



### Exemples 7<sup>e</sup>/9<sup>e</sup>

[www.rts.ch](http://www.rts.ch)



---

[www.tataki.ch](http://www.tataki.ch)



---

[www.tiktok.com/@rtsinfo](https://www.tiktok.com/@rtsinfo)



# Les informations et leurs sources.

Tableau I simple (5<sup>e</sup>/6<sup>e</sup>).

| Source d'informations                              | Objectifs                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Entreprises de média                            | Diffusion d'informations pertinentes, indépendantes et actuelles ainsi que d'articles instructifs et divertissants.                                                                                                                                                            |
| 2. Institutions/entreprises (publiques et privées) | Informations à l'intention de la population suisse concernant les lois, les décisions, les activités, les nouveautés, etc.<br>Les entreprises veulent vendre leurs produits, les présenter sous leur meilleur jour (publicité, paid post) ou cherchent à améliorer leur image. |
| 3. Individus                                       | Construction d'une marque personnelle; génération de revenus grâce à la publicité, à l'engagement et à l'interaction; commentaire sur des événements ou des actualités; divertissement par la diffusion de contenus amusants ou effrayants.                                    |

## Code couleur

Vert: je ne vérifie pas, mais j'ai conscience que même les médias de qualité peuvent commettre des erreurs.

Orange: je fais preuve de prudence (SERS).

Rouge: je vérifie (SERS) → signal d'alarme

Tableau II avancé (7<sup>e</sup> à 9<sup>e</sup>).

| Source d'informations                                                  | Objectifs                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Entreprises de média (et agences de presse)                         | Diffusion d'informations pertinentes, indépendantes et actuelles ainsi que d'articles instructifs et divertissants.                                                                                                                         |
| 2. Institutions gouvernementales et publiques                          | Informations à l'intention de la population suisse concernant les lois, les décisions, les activités, les nouveautés, etc.                                                                                                                  |
| 3. Établissements universitaires et de recherche                       | Découvertes scientifiques;                                                                                                                                                                                                                  |
| 4. Organisations non gouvernementales, groupes d'intérêts, entreprises | Sensibilisation à des thèmes spécifiques; influence sur les décisions politiques;<br><br>Les entreprises veulent vendre leurs produits, les présenter sous leur meilleur jour (publicité, paid post) ou cherchent à améliorer leur image.   |
| 5. Individus                                                           | Construction d'une marque personnelle; génération de revenus grâce à la publicité, à l'engagement et à l'interaction; commentaire sur des événements ou des actualités; divertissement par la diffusion de contenus amusants ou effrayants. |

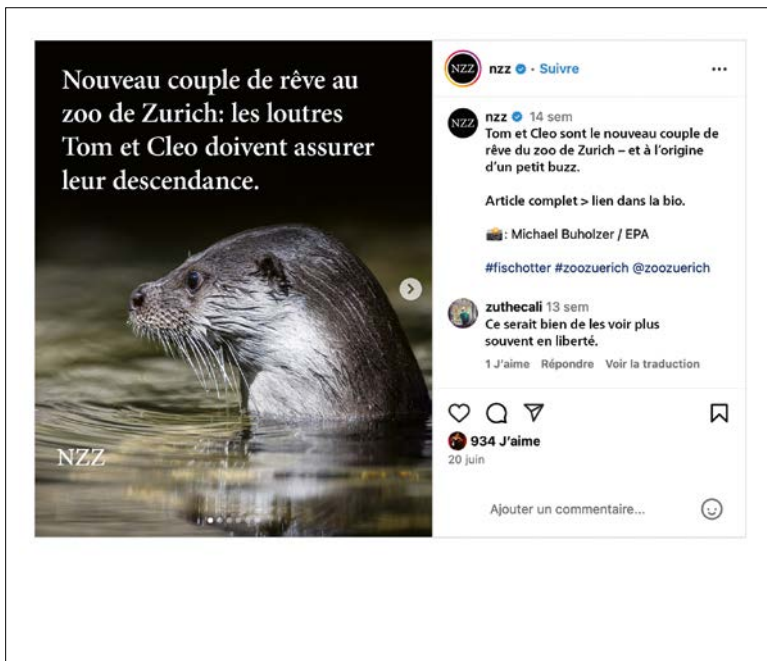
**Code couleur**

Vert: je ne vérifie pas, mais j'ai conscience que même les médias de qualité peuvent commettre des erreurs.

Orange: je fais preuve de prudence (SERS).

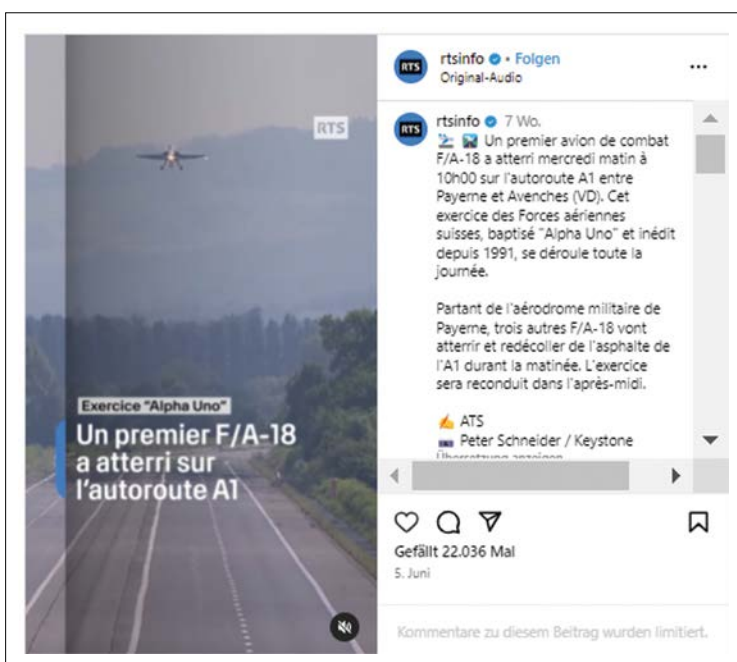
Rouge: je vérifie (SERS) → signal d'alarme

## Classer les informations.



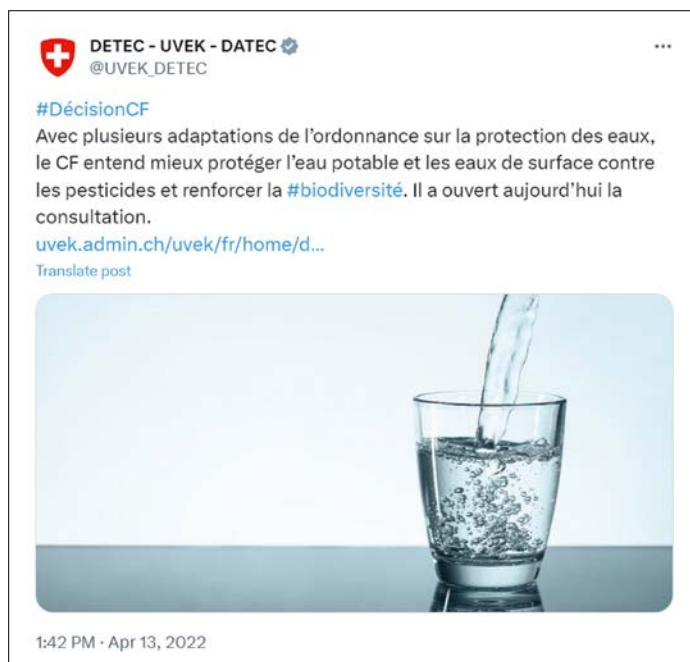
Source: [www.instagram.com/nzz](https://www.instagram.com/nzz)

## Classer les informations.



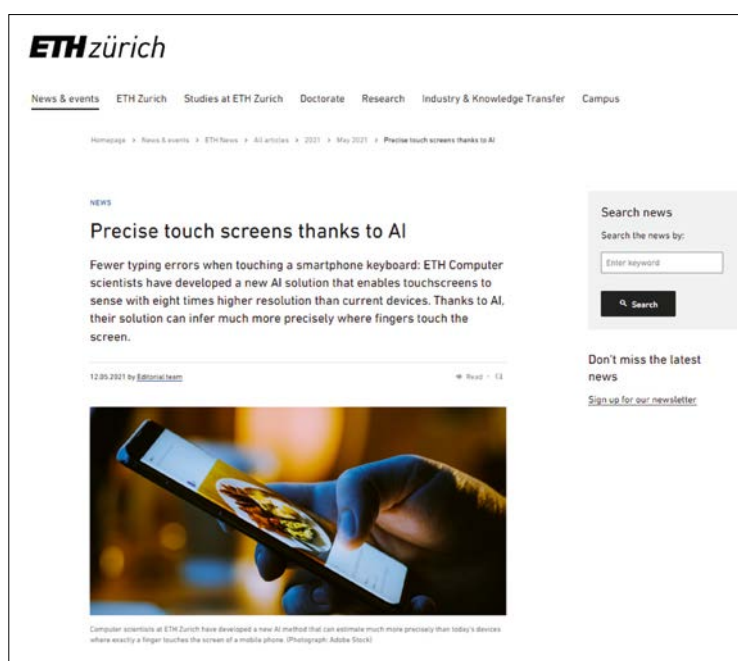
Source: [www.instagram.com/srfnews](https://www.instagram.com/srfnews)

## Classer les informations.



Source: [www.x.com/UVEK\\_DETEC](https://www.x.com/UVEK_DETEC)

## Classer les informations.



Source: [www.ethz.ch](https://www.ethz.ch)

### Traduction française:

Des écrans tactiles plus précis grâce à l'IA

Moins d'erreurs de saisie sur le clavier de smartphone: les informaticiens de l'EPF de Zurich ont développé une nouvelle solution basée sur l'IA qui permet de reconnaître les contacts sur l'écran tactile avec une résolution huit fois plus élevée. Elle permet par ailleurs de déduire avec beaucoup plus de précision l'endroit où les doigts touchent l'écran.

## Classer les informations.



[NOS OBJECTIFS](#) [OÙ TRAVAILLONS-NOUS?](#) [ESPÈCES](#) [VIE DURABLE](#) [AGIR](#) [QUI SOMMES-NOUS?](#)

[DEVENIR MEMBRE](#) [FAIRE UN DON](#)

Source: [www.wwf.ch](http://www.wwf.ch)

## Classer les informations.

PAID POST

### « J'ai économisé 300 francs sur mon voyage »

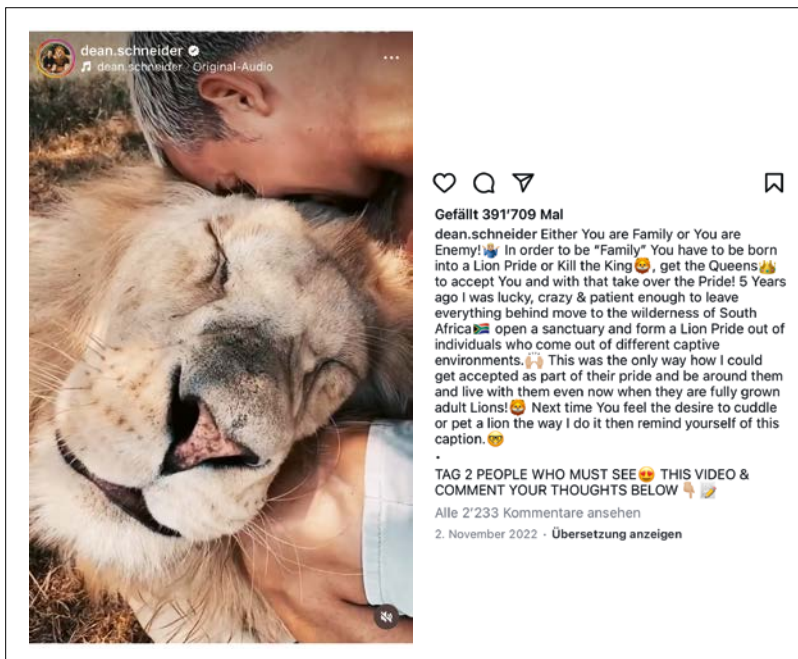
Une plate-forme en ligne rembourse les réservations d'hôtel et de vol.



En s'inscrivant, comme Peter du site de cashback [rabattcorner.ch](http://rabattcorner.ch), on profite automatiquement de remboursements auprès de nombreuses plates-formes de voyage et boutiques en ligne connues.

Source: [www.20min.ch](http://www.20min.ch)

## Classer les informations.

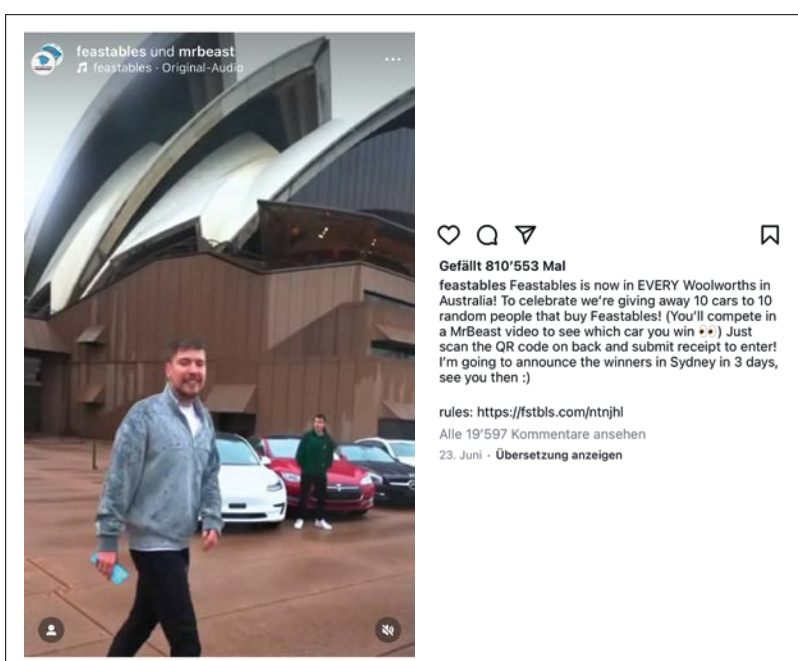


Source: [www.instagram.com/dean.schneider](https://www.instagram.com/dean.schneider)

### Traduction française:

Soit tu fais partie de la famille, soit tu es un ennemi! Pour faire partie de la «famille», tu dois être né dans une troupe de lions ou tuer le roi, amener les reines à t'accepter et ainsi prendre la tête de la troupe! Il y a 5 ans, j'ai eu la chance d'être assez fou et patient pour tout quitter, déménager dans la savane sud-africaine, ouvrir un sanctuaire et fonder une meute de lions composée d'individus issus de différents lieux de captivité. C'était le seul moyen pour moi d'être accepté comme faisant partie de la meute et d'être et de vivre avec eux, même maintenant qu'ils sont adultes! La prochaine fois que tu as envie de câliner un lion comme je le fais, rappelle-toi ce préambule.

## Classer les informations.



Source: [www.instagram.com/feastables](https://www.instagram.com/feastables)

### Traduction française:

Les snacks Feastables sont désormais disponibles dans TOUS les magasins Woolworth d'Australie! Pour fêter cette bonne nouvelle, nous offrons dix voitures à dix personnes tirées au sort parmi celles qui achètent des produits Feastables! (Vous vous affronterez dans une vidéo de MrBeast pour savoir quelle voiture vous gagnez) Il suffit de scanner le code QR au recto et d'envoyer le ticket de caisse pour participer! J'annoncerai les gagnants dans trois jours à Sydney. À bientôt:)

## Classer les informations.



### Traduction française:

Notre aventure @euro2024 se termine brutalement. Mais nous sommes fiers d'en être arrivés là et très reconnaissants à nos fans et à nos familles de nous avoir soutenus avec une telle ferveur, dans les stades comme chez nous, en Suisse! #moa5

Source: [www.instagram.com/manuelobafemiakanji](https://www.instagram.com/manuelobafemiakanji)



# Fiche de travail «Code de déontologie des journalistes».

Toute personne a le droit de s'informer, de donner son avis et d'émettre des critiques. Pour cela, il faut pouvoir échanger les uns avec les autres. Les journalistes veillent à assurer cet échange nécessaire dans la société.

## **De là découlent leurs règles du jeu (leurs «devoirs et droits») qui sont consignées dans le Code déontologique des journalistes:**

1. Ils et elles disent toujours la vérité, quoi qu'il arrive. Ils et elles veulent que le public connaisse la vérité.
2. Ils et elles luttent pour la liberté de l'information, la liberté d'expression et l'indépendance de leur profession.
3. Ils et elles ne publient des informations, images, enregistrements audio et documents que quand ils et elles sont convaincus de leur véracité. Ils et elles ne taisent aucune information importante et ne modifient pas les faits, documents, images, enregistrements audio ou opinions des autres. Ils et elles signalent les informations non confirmées ou les montages photo et vidéo comme tels.
4. Ils et elles font preuve d'honnêteté dans le traitement des informations, des enregistrements audio, des images et des documents. Ils et elles ne modifient pas les images pour tromper le public.
5. Si une information publiée est inexacte, ils et elles la corrigent.
6. Ils et elles respectent le secret rédactionnel et ne révèlent pas leurs sources d'informations confidentielles afin de protéger les personnes concernées.
7. Ils et elles respectent la vie privée des personnes dans la mesure où l'intérêt public ne s'y oppose pas. Ils et elles s'abstiennent de diffuser des accusations anonymes et non étayées par des faits.
8. Ils et elles respectent la dignité humaine. Lorsqu'ils et elles diffusent des informations, ils et elles ne font pas d'allusions discriminatoires relatives, entre autres, à l'appartenance ethnique ou nationale, à la religion, au sexe, à l'orientation sexuelle, aux problèmes de santé ou au handicap. Les informations diffusées sur les guerres, les attentats terroristes, les accidents et les catastrophes doivent respecter la souffrance des personnes concernées et de leurs proches.
9. Ils et elles n'acceptent aucun avantage ni aucune promesse qui pourraient porter atteinte à leur indépendance professionnelle.
10. Les journalistes ne font pas la publicité de produits ou de services. Ils et elles n'acceptent pas de mandats de la part d'entreprises.
11. Ils et elles ne reçoivent d'instructions journalistiques que des membres de leur rédaction compétents. Ces instructions ne doivent pas entrer en conflit avec les devoirs des journalistes.

Écoles CFF en collaboration avec:

Partenaire principal



Partenaires



**CFF SA**  
Communication  
Hilfikerstrasse 1  
3000 Berne 65, Suisse

[cff.ch/ecoles](https://cff.ch/ecoles)