

**AFFIRMATION BIAISÉE** VS **AFFIRMATION FACTUELLE**

IL S'AGIT D'UN PROFIL FAVORABLE À M. DUPONT, IL N'EST DONC PAS ÉTONNANT QUE CE DERNIER SOIT CONTRE L'ADVERSAIRE.

ICI, IL S'AGIT D'UNE INFORMATION QUI A TOUT L'AIR D'ÊTRE FIABLE. ELLE ÉMANE D'UN MÉDIA INDÉPENDANT ET SE BASE SUR UN ÉLÉMENT PRÉCIS, QUE L'ON PEUT VÉRIFIER.

## Fiche pédagogique

**Dur de décider !**

**Age des élèves concernés :**  
**Cycle 3 et Secondaire II**

**Lien avec des objectifs du Plan d'études romand :**

**Education numérique****EN 31**

Analyser et évaluer des contenus médiatiques

**EN 33**

Exploiter des outils numériques pour collecter l'information, pour échanger et pour réaliser des projets

**Français****L1 33**

Comprendre et analyser des textes oraux de genres différents et en dégager les multiples sens

**Durée estimée :**

3 – 4 périodes

**Matériel nécessaire :**

Accès internet

**Mots clés :** médias, réseaux, processus décisionnels

Illustration : © lemonde.fr

**Introduction**

Dans ce jeu de rôle, les élèves sont placés à un poste décisionnel imaginaire. Chef-fe d'entreprise ou maire-sse d'une ville, il/elle doit prendre une décision importante.

Pour ce faire, les élèves s'entourent d'une équipe qui va recevoir une série de mails. Ceux-ci émanent de structures internes (secrétariat, service des achats...) ou externes (familles, amis, associations...). Chaque message est titré – de façon plus ou moins orientée – et propose un lien vers une source (article de journal, vidéo, réseaux sociaux...) ou un contenu directement relayé.

Certains de ces contenus (types messages échangés sur des réseaux ou forums) ont été créés

de toutes pièces pour le jeu (cela est signalé aux enseignant-es dans les documents ; leur véritable nature sera révélée aux élèves en fin d'exercice).

A chaque fois, il s'agira donc pour les élèves d'identifier :

- la source
- l'auteur
- la date
- le support
- les intentions
- la fiabilité et la pertinence des informations.

Cette activité permet de mesurer la variété des informations mises à disposition par les différents médias sur un sujet et d'apprendre à faire un tri grâce à l'intériorisation d'une grille de lecture et d'analyse.

**Objectifs**

- Vérifier la fiabilité de différentes sources d'information
- Étudier la composition de différentes créations médiatiques afin d'évaluer les enjeux des messages
- Analyser les enjeux de la situation et les intentions explicites et implicites des locuteurs
- Initier une démarche collaborative

transmission d'une *intention*.

## Pistes pédagogiques

### / EXPLICATIONS /

L'enseignant-e présente le jeu et divise la classe en deux groupes.

- L'un jouera le rôle d'une équipe communale gérant une petite ville de Suisse ;
- l'autre celui d'une équipe dirigeant une entreprise genevoise de taille moyenne.

L'enseignant-e présente les décisions à prendre :

- Le/la maire·sse : la population de la ville rajeunit suite à la construction de logements. Le délégué « sport & jeunesse » conseille de créer des équipements pour ses jeunes habitant·es. **Construire un skatepark en ville serait-il une bonne idée ?**

- Le/la chef·fe d'entreprise : les employés se plaignent de la chaleur l'été dans les bureaux. Améliorer leur confort de travail est important. D'autant qu'aucune augmentation n'est prévue cette année... **Vers quoi se tourner : ventilateurs, clim ou alternatives naturelles ?**

### / ETAPES DU JEU /

#### 1. Préparation

Chaque équipe se retrouve pour une réunion type *brainstorming*.

Tout ce qui concerne le projet peut être évoqué et surtout consigné à travers 3 rubriques : atouts / inconvénients / autres problématiques (**Annexes 1 et 2**).

#### 2. Etude des documents

Pour chaque projet, l'enseignant-e présente les messages reçus par l'équipe (**Annexes 3 et 4**).

- Les élèves discutent de leurs **titres** : quel type d'information est transmise ? Le titre est-il factuel ? Orienté ? (**C'est-à-dire donne-t-il un avis a priori**). Donne-t-il envie d'en savoir plus ? L'objectif est de définir le rôle du titre dans la

- Comment préciser le message (en consultant le lien) ?

- Présenter l'objectif : consulter le document, estimer sa fiabilité – à ce stade, l'enseignant-e sait s'il s'agit d'un document créé pour le jeu – et sa pertinence dans le processus décisionnel en cours.

### 3. Elaboration de critères de fiabilité (consulter éventuellement la fiche du CLEMI – voir rubrique POUR ALLER PLUS LOIN).

- Par groupe, les élèves réfléchissent : quelles questions se poser face à une source ? Quelle(s) stratégie(s) pour vérifier une information ?

- Mettre en commun les idées : faire une recherche sur l'auteur·e ; croiser les sources ; lire les commentaires s'il y en a ; analyser la présentation du site, etc.

- Evoquer les écueils possibles : même un site « sérieux » peut diffuser des erreurs ; à l'inverse, un médium jugé « peu fiable » peut amener des informations pertinentes et sourcées.

- Tenter d'élaborer finalement une grille de critères de fiabilité (**Annexe 5**).

#### 4. Moment de jeu

Dans chaque équipe, les élèves étudient les documents par petits groupes à l'aide de la grille d'analyse (**Annexes 6 et 7**).

### / BILAN /

1. Pour chaque groupe, les éléments récoltés suffisent-ils à prendre la décision ? Quelles informations manquent éventuellement ?

2. Plus globalement, les élèves avaient-ils conscience de la diversité des sources disponibles sur une même information ?

3. Selon le temps disponible et d'autres situations (cf. POUR ALLER la motivation de la classe, PLUS LOIN). possibilité de continuer le jeu avec

---

## Pour aller plus loin

### 1. Vérifier l'information : une fiche du CLEMI

<https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/verifier-linformation.html>

### 2. Poursuivre le jeu (les sources proposées peuvent être complétées)

**Je suis chef-fe d'entreprise à Genève.** Je dois décider si je participe à la mobilité durable de mes employés (achat de vélos électriques, participation au pass train ou bus...). Je reçois :

- Un extrait d'article paru sur le blog de Romande Energie :

<https://blogs.letemps.ch/romande-energie/2021/09/06/comment-rendre-la-mobilite-plus-durable-au-sein-dune-entreprise-ou-dune-commune/>

- Un document de l'Etat de Genève :

<https://www.ge.ch/dossier/transports/planifier-mettre-oeuvre-mobilite/transport-professionnel>

- Des messages (fictifs) WhatsApp d'employé-es qui se plaignent : crainte d'arriver en retard au travail, du fait d'un domicile loin de Genève et mal desservi par les transports publics...

**Je suis maire-sse et me demande : faut-il du bio à la cantine des écoles et hôpitaux de ma ville ?** Lors de la consultation, je reçois :

- Un lien vers un dossier de la RTS « le bio en questions » :

<https://www.rts.ch/decouverte/sciences-et-environnement/environnement/le-bio/>

Choisir un sujet. Par exemple : *Consommer bio, vraiment bon pour la santé et l'environnement ?*

- Un article du *Courrier* : « La ville de Lausanne prend le virage » (pdf en **Annexe 8**).

- Un article d'*ArcInfo* : « Le canton de Neuchâtel refuse le bio »

<https://www.arcinfo.ch/neuchatel-canton/le-grand-conseil-neuchatelois-refuse-un-virage-ecologique-dans-les-cantines-du-canton-332872>

- Le magazine des producteurs bio (intérêts commerciaux) :

<https://www.bioactualites.ch/actualites/nouvelle/bio-aussi-a-la-cantine>

- Des messages d'un groupe WhatsApp (fictif) de parents indignés et qui citent une étude sur la hausse des prix que cela engendrerait.

---

Cécile Desbois-Müller, médiatrice culturelle, août 2023.



## **Annexe 1 : brainstorming concernant le projet d'un skatepark dans la commune**

### **Éléments de réponse pour les enseignant·es**

#### **Atouts**

- Mise à disposition d'un lieu où se réunir et pratiquer un sport (en veillant, par exemple, à la représentation des filles et des garçons dans l'espace public).
- Responsabilisation des jeunes (participation / consultation pour le choix des installations, gestion du lieu, des déchets, de son animation...) ; participation à la citoyenneté.
- Création d'événements fédérateurs (compétitions, rencontres avec une autre ville...).
- Amélioration de l'image de la ville.
- Etc.

#### **Inconvénients**

- Budget à prévoir pour les installations.
- Nuisances éventuelles liées au bruit.
- Craintes de la population avoisinante.
- Problématique de violence liée à la fréquentation du lieu ?
- Etc.

#### **Questions générales**

- Quel type d'installation ?
- Où installer le skatepark ? (Centre-ville = facilité d'accès mais nuisance sonore ; friche = peu de nuisances mais difficulté pour accéder)

## **Annexe 2 : brainstorming concernant le projet d'aménagement des bureaux**

### **Éléments de réponse pour les enseignant·es**

#### **Atouts**

- Prise en compte d'une problématique importante dans les années à venir ;
- Valorisation des salarié·es (qui peuvent être consulté·es) ;
- Bien-être des employé·es au travail (moins de *turn-over*, meilleure image de l'entreprise) ;
- Meilleure qualité et efficacité du travail.
- etc.

#### **Inconvénients**

- Financement des installations à prévoir ;
- Contraintes générées par d'éventuels travaux (= fermeture de l'entreprise un certain temps ou délocalisation des employé·es) ?
- Impact écologique des différentes solutions difficile à estimer (besoin d'un·e expert·e ?)

#### **Autres problématiques**

- Règlementation en cours et autorisations nécessaires (processus fastidieux ?)

### Annexe 3 – Mails et documents reçus concernant le projet de skatepark Document pour les enseignant-es



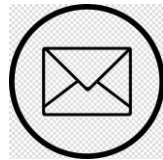
**Expéditeur** : commission de sécurité  
**Sujet** : skatepark : de vrais risques d'accident !  
<https://www.youtube.com/watch?v=WmySIQWA6Qk> (jusqu'à 6')

- Titre alarmiste (orienté) sur un mode exclamatif.



**Expéditeur** : service des archives  
**Sujet** : les skateparks entraînent-ils des phénomènes de délinquance ?  
<https://www.20min.ch/fr/story/violences-au-skatepark-les-autorites-reagissent-385442522126>

- Titre sous forme d'une question ; souligne un enjeu.



**Expéditeur** : service de communication  
**Sujet** : Un skatepark dans ma commune : outils pratiques

Nous avons reçu deux documents intéressants :  
<https://www.yumpu.com/fr/document/read/7564836/un-skate-park-dans-ma-commune-pourquoi-pas-groupe-dinteret->

et

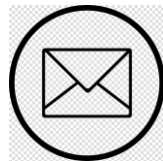
<https://www.redbull.com/fr-fr/creation-skatepark>

- titre neutre et informatif.



**Expéditeur** : association pour l'égalité  
**Sujet** : Le skate, un sport de mecs... et de filles !  
<https://www.rts.ch/info/suisse/12053853-le-skateboard-seduit-de-plus-en-plus-de-filles-en-suisse-romande.html>

- titre militant et engagé : une affirmation.



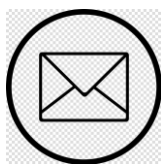
**Expéditeur** : secrétariat de la mairie  
**Sujet** : Un collectif contre le projet sur WhatsApp : ça chauffe !  
(Annexe)

**! source créée de toutes pièces pour l'exercice !**

- le titre donne directement sa source – un groupe du réseau social WhatsApp – et une information concernant la teneur des propos.

### Annexe 3 – Mails et documents reçus concernant le projet de skatepark

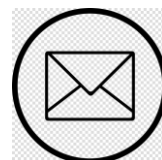
#### Document à distribuer aux élèves



**Expéditeur** : commission de sécurité  
**Sujet** : skatepark : de vrais risques d'accident !  
<https://www.youtube.com/watch?v=WmySIQWA6Qk> (jusqu'à 6')



**Expéditeur** : service des archives  
**Sujet** : les skateparks entraînent-ils des phénomènes de délinquance ?  
<https://www.20min.ch/fr/story/violences-au-skatepark-les-autorites-reagissent-385442522126>

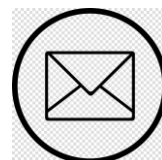


**Expéditeur** : service de communication  
**Sujet** : Un skatepark dans ma commune : outils pratiques

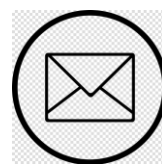
Nous avons reçu deux documents intéressants :  
<https://www.yumpu.com/fr/document/read/7564836/un-skate-park-dans-ma-commune-pourquoi-pas-groupe-dinteret->

et

<https://www.redbull.com/fr-fr/creation-skatepark>



**Expéditeur** : association pour l'égalité  
**Sujet** : Le skate, un sport de mecs... et de filles !  
<https://www.rts.ch/info/suisse/12053853-le-skateboard-seduit-de-plus-en-plus-de-filles-en-suisse-romande.html>



**Expéditeur** : secrétariat de la mairie  
**Sujet** : Un collectif contre le projet sur WhatsApp : ça chauffe !  
(Annexe)

## Annexe 4 – Mails et documents reçus concernant le projet d'aménagement de bureaux Document pour les enseignant-es



**Expéditeur** : service des achats

**Sujet** : les ventilateurs moins chers que la clim

<https://www.youtube.com/watch?v=yRR1s47suDw>

- titre affirmatif à vérifier.



**Expéditeur** : service environnement et développement durable

**Sujet** : la ventilation traditionnelle, réaliste ou pas ?

<https://www.rts.ch/audio-podcast/2022/audio/les-techniques-traditionnelles-et-naturelles-de-climatisation-pour-l-ete-25846813.html>

- titre sous forme de question ; propose une piste précise de réflexion.



**Expéditeur** : cousin Gérard

**Sujet** : c'est le moment d'acheter une clim mobile !

<https://www.rts.ch/info/suisse/10531183-les-climatiseurs-mobiles-echappent-a-tout-controle-en-suisse.html>

- titre sous forme d'un conseil ; forme exclamative qui souligne l'urgence.



**Expéditeur** : fiston\_damour

**Sujet** : si tu mets la clim, t'est plus mon père/ma mère !

<https://www.letemps.ch/sciences/environnement/climatisation-fleau-lenvironnement>

- titre sous forme d'une menace / chantage (humour ou réelle opposition ?)

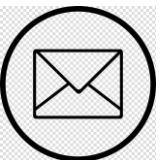


**Expéditeur** : Cool Clim

**Sujet** : une offre qui ne se refuse pas !

**! Source créée de toutes pièces pour l'exercice !**

- titre sous forme d'un conseil et d'une offre (publicitaire ?) ; forme exclamative qui renforce le message.



**Expéditeur** : secrétariat

**Sujet** : forum en ligne « la clim, j'en ai ma claque ! »

**! Source créée de toutes pièces pour l'exercice !**

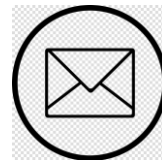
- titre qui donne la source de son information (un forum).



**Annexe 4 – Mails et documents reçus concernant le projet d'aménagement de l'entreprise**  
**Document à distribuer aux élèves**



**Expéditeur** : service des achats  
**Sujet** : les ventilateurs moins chers que la clim  
<https://www.youtube.com/watch?v=yRR1s47suDw>



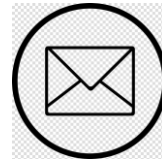
**Expéditeur** : service environnement et développement durable  
**Sujet** : la ventilation traditionnelle, réaliste ou pas ?  
<https://www.rts.ch/audio-podcast/2022/audio/les-techniques-traditionnelles-et-naturelles-de-climatisation-pour-l-ete-25846813.html>



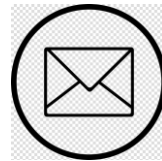
**Expéditeur** : cousin Gérard  
**Sujet** : c'est le moment d'acheter une clim mobile !  
<https://www.rts.ch/info/suisse/10531183-les-climatiseurs-mobiles-echappent-a-tout-controle-en-suisse.html>



**Expéditeur** : fiston\_damour  
**Sujet** : si tu mets la clim, t'est plus mon père/ma mère !  
<https://www.letemps.ch/sciences/environnement/climatisation-fleau-lenvironnement>



**Expéditeur** : Cool Clim  
**Sujet** : une offre qui ne se refuse pas !  
(Annexe)



**Expéditeur** : secrétariat  
**Sujet** : forum en ligne « la clim, j'en ai ma claque ! »  
(Annexe)

## Annexe 5 – Grille d'analyse : critères de fiabilité et de pertinence

### Fiche pour les enseignant·es

#### FIABILITE

- **Source de l'information** : S'agit-il d'un média connu (le citer), d'une personnalité publique ou bien d'un site ou d'un internaute ? ; Ou d'un réseau social ? S'agit-il d'un autre type de source (information orale type rumeur ou ouï-dire) ?
- **Titre** : neutre ? orienté ?
- **Auteur ou autrice** : nommé·e ? Peut-on le/la contacter ? Est-ce un· expert·e ? Beaucoup de messages qui circulent sur les réseaux sociaux ne disent pas d'où provient l'information.  
Identifier les formules du type « le mari d'une amie d'un collègue » ou « un ami d'ami » ainsi que les sources dites institutionnelles, mais très floues, comme « quelqu'un qui travaille à la police/dans l'armée ».
- **Date de l'information** : quand a-t-elle été publiée ? Quand l'événement cité a-t-il eu lieu ?
- **Forme et objectifs de l'information** : reportage, article, podcast... pour faire le buzz, vendre, informer, convaincre, manipuler, faire peur ?...

#### PERTINENCE DES INFORMATIONS

- **Information principale** : restituer le message transmis. Est-il complet, c'est-à-dire répond-il aux questions : qui, quoi, où, comment ?
- **Information secondaire** (s'il y en a une) ;
- **Bilan** : cette information aide-t-elle à la prise de décision ?

#### Voici trois autres conseils des « Décodeurs » du journal *Le Monde* :

- Partir du principe qu'une information donnée sur le Web par un·e inconnu·e est, par défaut, plus fausse que vraie.
- Se dire que plus une information est surprenante, plus elle doit être étayée et précise.
- Se méfier des fausses évidences, du type « *tout le monde sait que...* » ou « *inutile de démontrer que...* »

Qu'en pensent les élèves ?

## Annexe 6 : analyse des informations récoltées sur le projet d'un skatepark

### Éléments d'analyse pour les enseignants



**Expéditeur** : commission de sécurité  
**Sujet** : skatepark : de vrais risques d'accidents !  
**Source** : <https://www.youtube.com/watch?v=WmySIQWA6Qk>  
(jusqu'à 6')

#### FIABILITE

**Source de l'information** : chaîne YouTube – Compte Miniwheeling ; 1,96k abonnés

**Titre** : *Les dangers du skatepark / Squatters, Toboggan, Dégradations...*

**Titre orienté sur un aspect précis du skatepark** : ses dangers.

**Auteur** : le propriétaire de ce compte est un amateur d'activités sur roues. Il réalise lui-même ses vidéos sous le pseudo Miniwheeling. On peut le contacter via les commentaires.

**Date** : vidéo postée « il y a environ 2 mois » (en date du 17 août 2023).

**Forme et objectif de l'information** : une vidéo de quelques minutes dont le but est de témoigner sur un cas précis. Son but est peut-être d'alerter les responsables de sa commune (pas dit clairement).

**Bilan** : les éléments d'information sont de l'ordre du **témoignage** d'un utilisateur. Ils reflètent une **expérience**.

#### PERTINENCE

##### Information principale

##### Quoi ?

La vidéo montre un skatepark vétuste (manque des vis, certaines desserrées, planches en bois défectueuses...). Cet état ne permet pas de garantir la sécurité des *riders* (risque de blessures).

##### Comment ?

Selon la personne qui filme, ces dégradations sont liées à une usure normale.

##### Qui ?

La mairie devrait entretenir quelques heures par mois le lieu ; elle en est responsable.

##### Où ?

On ne sait pas exactement où se situe ce lieu.

##### Information secondaire

Cohabitation difficile avec des non *skaters* qui gênent pour la pratique du skate.

**Bilan** : la vidéo met en évidence la nécessité d'un budget d'entretien pour un skatepark **mais sans chiffrage**. Elle évoque les risques possibles – et sans doute réels – mais **ne cite pas d'exemples concrets**.



**Expéditeur** : service des archives

**Sujet** : Les skateparks entraînent-ils des phénomènes de délinquance ?

**Source** : <https://www.20min.ch/fr/story/violences-au-skatepark-les-autorites-reagissent-385442522126>

### FIABILITE

**Source de l'information** : site en ligne du **quotidien 20 minutes** (le caractériser : journal gratuit, articles courts (toute l'actu en 20 minutes), certains sont des reprises de dépêches), publié par **TX Group** grand consortium de médias privé.

**Auteur** : article **non signé** (on peut se demander s'il vient d'une agence de presse).

**Titre** : *Violences au skatepark : les autorités réagissent.*

Ce titre suppose un avant (il y a déjà eu des violences) mais ne dit pas où ni quand.

**Date** : article actualisé le 27 avril 2017.

**Forme et objectif de l'information** : un article en lien avec de la publicité cliquable à côté. Objectif d'information et de communication (publicités).

**Bilan** : l'article est fiable (sourcé) mais ancien. Il faudrait pouvoir savoir si une solution a été trouvée à ce problème.

### PERTINENCE

#### Information principale

##### Quoi ?

Des problèmes de sécurité autour d'un skatepark (violence, trafic de drogue...) ont amené les polices municipales et cantonales à renforcer leur présence sur le secteur.

##### Où ?

Plaine de Plainpalais à Genève.

##### Comment ?

Fréquentation du lieu par des dealers notamment.

##### Qui ?

L'association de *riders* a dénoncé la situation par une pétition et interpellé les autorités.

#### Information secondaire :

Depuis le début de l'année, les autorités ont mené 44 actions et interpellé 17 personnes.

**Bilan** : l'article souligne la cohabitation difficile avec les dealers. Il montre la nécessaire coopération entre les *riders*, les forces de l'ordre et la ville dans la gestion du lieu comme possible réponse à un problème. Par ailleurs, il n'explique pas vraiment pourquoi ces problèmes se concentrent au skatepark.

Un élément avancé dans cet article (ces problèmes de violence concernent en fait l'ensemble de la plaine de Plainpalais) : <https://www.20min.ch/fr/story/la-violence-au-skatepark-fait-debat-725424905730>



**Expéditeur** : service de communication  
**Titre** : Un skatepark dans ma commune : outils pratiques

- **Source 1** : <https://www.yumpu.com/fr/document/read/7564836/un-skate-park-dans-ma-commune-pourquoi-pas-groupe-dinteret->

### FIABILITE

**Source de l'information** : le Groupe d'intérêt jeunesse de Lausanne (quatrième de couverture) qui associe le Centre vaudois d'aide à la jeunesse (<http://cvaj.ch>) et Pro Juventute (<https://www.projuventute.ch/fr/home>)

**Titre** : *Un skatepark dans ma commune, pourquoi pas ?*

> Titre positif en forme de question ouverte.

**Auteur** : ouvrage collectif, possibilité de contacter le Groupe d'intérêt jeunesse (contact sur la dernière de couverture)

**Date** : 2001 (dernière de couverture)

**Forme et objectif de l'information** : un document PDF facilement imprimable ; pas de publicité.

**Bilan** : il s'agit d'une brochure émise par deux institutions officielles et reconnues.

### PERTINENCE

#### Information principale

**Quoi ?** Des informations très concrètes à destination des communes sur les modules, les emplacements, le financement, l'entretien, les nuisances possibles.

**Où ?** Informations valables pour la Suisse.

**Comment ?** Des conseils et des adresses sont données.

**Bilan** : les éléments apportés sont très factuels et permettent aux communes d'avoir de premières informations. Par contre, le document est ancien. A voir si une nouvelle édition est disponible et si les coûts demandent à être réévalués.

- **Source 2** : <https://www.redbull.com/fr-fr/creation-skatepark>

### FIABILITE

**Source de l'information** : société autrichienne RedBull (boissons énergisantes et sodas). La marque s'est aussi rendue célèbre à travers son parrainage de sports extrêmes.

**Titre** : *Mais comment crée-t-on un skatepark ?*

**Auteur** : Red Bull France, impossible d'identifier nommément celle ou celui qui a écrit.

**Date** : 2020

**Forme et objectif de l'information** : site Internet avec accent mis sur les photos de réalisations. Cela ressemble à un publi-reportage qui valorise l'entreprise Constructo (constructeurs de skatepark). De son côté, Red Bull organise le Red Bull Drop In Tour (tournoi de skate).

**Bilan** : Les deux entreprises ont un intérêt financier et commercial à « communiquer » autour des valeurs fédératrices du skate. Cela relativise la fiabilité de leurs informations.

### PERTINENCE

#### Information principale

**Quoi ?** Présentation du métier de l'entreprise Constructo, agence d'architecture spécialisée dans la conception de skateparks. <https://www.constructo.fr/projets-par-date/>

**Qui ?** Le texte rapporte les propos de Stéphane Flandrin, fondateur de Constructo.

**Où ?** L'entreprise est basée en France ; les photos montrent des réalisations de l'entreprise en France et en Suisse.

**Bilan** : l'accent est mis sur les photos (réussies), peu d'éléments chiffrés sur le budget des réalisations.



**Expéditeur** : association pour l'égalité

**Titre** : Le skate, un sport de mecs... et de filles !

**Source** : <https://www.rts.ch/info/suisse/12053853-le-skateboard-seduit-de-plus-en-plus-de-filles-en-suisse-romande.html>

## FIABILITE

**Source de l'information** : Radio suisse romande (RTS) ; média officiel.

**Titre** : *Le skateboard séduit de plus en plus de filles en Suisse romande*

**Auteure** : Sarah Jelassi

**Date de l'information** : 20 mars 2021

**Forme et objectif de l'information** : texte écrit et vidéo ; deux médias différents dans le but d'informer.

**Bilan** : article tout à fait fiable

## PERTINENCE

**Information principale**

**Quoi ?**

Longtemps bastion masculin, le skateboard compte de plus en plus d'adeptes et de sportives de haut niveau.

**Où ?**

En Suisse, notamment dans les cantons de Vaud et du Valais.

**Comment ?**

Des associations encouragent la mixité dans le sport, l'inscription de la discipline aux JO a suscité des vocations ; les réseaux sociaux rendent visibles l'émergence de jeunes *rideuses* ; certains cours sont réservés aux filles.

**Bilan** : un article documenté qui explique l'évolution de la pratique du skateboard et qui le met en images. Il relativise cependant le titre du message envoyé à l'équipe communale : ce sport peut encourager la mixité *si* des médiations sont faites en ce sens (horaires aménagés pour les filles ; *contest* 100% féminin ; stages...)



**Expéditeur** : secrétariat de la mairie

**Sujet** : Un collectif contre le projet sur WhatsApp : ça chauffe !

**Riv1**

Vous avez entendu parler du projet de skatepark ?

**Riv2**

Première nouvelle ! Le maire veut se mettre les jeunes dans la poche ou quoi ?

**Riv3**

Mon beau-père est copain avec un des conseillers. D'après lui, le skatepark sera en zone résidentielle !

**Riv2.**

Pas question ! Ça va faire un bruit d'enfer jusqu'à pas d'heure la nuit.

**Riv3.**

Et pas que du bruit. Violence et délinquance aussi ; même ma grand-mère sait que les riders sont tous des junkies !

**Riv 1.**

Ouais, c'est des lieux dangereux. J'ai vu une vidéo dans une ville, franchement, ça craignait.

**Riv2.**

Où ça ?

**Riv1.**

Je sais plus mais un gars avait tout filmé. Il paraît qu'il y a eu des morts !

**Riv2.**

L'endroit va être sale et jonché de canettes et compagnie ; ils ont pensé aux enfants qui jouent dans le parc juste à côté !?

**Riv4.**

Les gars, je viens de relire le dernier bulletin municipal. La zone concernée n'est pas encore définie. Des études et consultations sont en cours.

**Riv1.**

Ici ou là, c'est pareil, pas de skate chez moi !

## FIABILITE

**Source de l'information** : réseau social WhatsApp (application créée en 2009 ; achetée en 2014 par le groupe Meta - anciennement Facebook ; utilisée par plus de 2 milliards de personnes en 2020). Souligner que l'application s'est trouvée à plusieurs reprises au centre de critiques portant sur sa sécurité informatique, la confidentialité des informations personnelles, et qu'elle a servi de support à plusieurs campagnes de diffusion de fausses informations.

**Date** : la date des messages n'est pas précisée.

**Auteur-es** : les personnes qui postent ces messages restent anonymes, on peut penser que ce sont des habitant-es de la commune (ils/elles ont accès aux publications de la mairie).

**Format et objectif de l'information** : messages très courts dont l'objectif est de décrédibiliser l'initiative en cours. Identifier les formules « d'après lui », « il paraît que... » comme oui-dire.

## PERTINENCE

### Information principale

#### Quoi ?

Des messages de mécontentement, des plaintes, et des rumeurs (« il paraît que »...).

#### Pourquoi ?

Les auteur-es des messages craignent que le skatepark ne soit situé en zone résidentielle ; ils/elles redoutent le bruit et la violence autour du skatepark.

#### Où ?

Dans la ville concernée.

#### Comment ?

Certain-es transmettent des informations, mais **non vérifiées** qui s'avèrent **fausses**.

**Bilan** : peu d'informations concrètes, vérifiées et vraies. Cet état d'esprit doit alerter l'équipe sur l'importance de communiquer en amont avec les administré-es sur certains sujets « sensibles » afin de déconstruire les *a priori*.

**Informez les élèves que cette source a été créée de toutes pièces pour le jeu. S'en doutaient-ils ? Ce genre de message peut-il malgré tout exister sur les réseaux ?**



## Annexe 7 : analyse des informations sur le projet d'aménagement de bureaux



**Expéditeur** : service des achats  
**Sujet** : les ventilateurs moins chers que la clim  
**Source** : <https://www.youtube.com/watch?v=yRR1s47suDw>

### FIABILITE

**Source de l'information** : magazine TV *Samedi à tout prix* (France Televisions, chaîne du service public français).

**Titre** : *Ventilateur vs climatiseur : lequel choisir ?*

**Auteur** : sujet proposé par l'émission (qui réalise ?). La « testeuse » s'appelle Anne-Laure (on ignore si elle fait partie de l'équipe de l'émission).

**Date de l'information** : mai 2016

**Forme et objectif de l'information** : un reportage avec interviews de « spécialistes » : un vendeur de systèmes de climatisation et un responsable d'association environnementale (Benôit Hartmann, porte-parole de France Nature environnement, fédération française des associations de protection de la nature et de l'environnement). Le but est d'informer les consommateurs.

**Bilan** : confronter les informations délivrées par le magazine et les réactions des internautes.

Quel message remettent-ils en cause (*gagner des degrés avec un ventilateur et un linge humide*) ? Pourquoi ? Qu'en pensent les élèves ? Comment vérifier ces données ?

Une courte recherche permet de croiser les informations :

<https://www.lesnumeriques.com/ventilateur/ventilateur-et-linge-humide-pour-faire-baisser-la-temperature-fake-ou-astuce-qui-marche-n210750.html>

[https://rnc.bfmtv.com/actualites/sciences-nature/canicule-comment-bien-utiliser-son-ventilateur-la-nuit\\_AV-202307200261.html](https://rnc.bfmtv.com/actualites/sciences-nature/canicule-comment-bien-utiliser-son-ventilateur-la-nuit_AV-202307200261.html)

Conclure sur la difficulté à connaître la fiabilité d'une information même dans un média officiel.

### PERTINENCE

#### Information principale

##### Quoi ?

Présentation des trois principaux équipements possibles.

##### Comment ?

Comparaison des ventilateurs et climatiseurs en terme d'efficacité mais aussi de budget et d'impact environnemental. Le début du reportage compare l'efficacité des ventilateurs et des climatiseurs. La seconde partie insiste sur le prix et l'impact environnemental.

##### Pourquoi ?

Aide au choix de consommation sur un sujet d'actualité (changement climatique + approche de l'été).

##### Où ?

L'enquête semble avoir été menée en France (chaîne de magasins et association française France Nature Environnement).

**Bilan** : un reportage qui aborde un sujet sous plusieurs angles, et donne des informations concrètes notamment économiques et environnementales. La problématique environnementale aurait pu être plus documentée (comparer avec l'information envoyée par *fiston\_damour*).



**Expéditeur** : service environnement et développement durable  
**Sujet** : la ventilation traditionnelle, réaliste ou pas ?  
**Source** : <https://www.rts.ch/audio-podcast/2022/audio/les-techniques-traditionnelles-et-naturelles-de-climatisation-pour-l-ete-25846813.html>

## FIABILITE

**Source de l'information** : Radio suisse romande (RSR)

**Titre** : *Les techniques traditionnelles et naturelles de climatisation pour l'été*

**Auteur** : Caroline Stevan, possibilité de faire une recherche et de la contacter via son site Internet.

**Date de l'information** : 22 août 2022

**Forme et objectif de l'information** : enquête radiophonique ; la journaliste donne la parole à plusieurs experts – nommés, présentés, référencés... – qui apportent leurs connaissances et permettent d'amener différents points de vue.

**Bilan** : très bonne fiabilité de ce contenu, avec une multitude de sources.

## PERTINENCE

### Information principale

#### Quoi ?

Tour du monde des innovations architecturales pour climatiser naturellement les intérieurs.

#### Pourquoi ?

Avec les épisodes caniculaires, des chercheurs et des entreprises occidentales s'intéressent au savoir-faire des régions exposées traditionnellement à de fortes chaleurs.

#### Comment ?

Les tours du vent, structures inventées il y a au-moins 3 millénaires, créent des différences de 12° à 16° entre l'extérieur et l'intérieur de la maison grâce à 2 parois et 4 conduits ; les puits canadiens et provençaux font passer l'air sous les maisons ; le choix des matériaux naturels a son importance (terre crue, végétaux) comme la réflexion sur l'architecture des façades.

#### Où ?

En Suisse, on s'inspire de ces techniques pour la conception de nouveaux quartiers.

### Information secondaire

La modernité et les climatisation électrique ont freiné la construction de ce type d'habitat.

Un ventilateur fait gagner 3° en consommant peu d'électricité (information contredite par le magazine TV *Samedi à tout prix*).

**Bilan** : des informations très intéressantes même si on comprend qu'elles concernent surtout la construction de nouveaux bâtiments ; difficile sans doute d'aménager un local existant sans imaginer un coût très élevé (c'est d'ailleurs un aspect non abordé : le prix de ces techniques).



**Expéditeur** : cousin Gérard

**Sujet** : c'est le moment d'acheter une clim mobile !

<https://www.rts.ch/info/suisse/10531183-les-climatiseurs-mobiles-echappent-a-tout-contrôle-en-suisse.html>

### **FIABILITE**

**Source de l'information** : Radio Télévision Suisse (RTS)

**Titre** : *Les climatiseurs mobiles échappent à tout contrôle en Suisse*

**Auteur** : Céline Fontannaz

**Date** : 25 juin 2019

**Forme et objectif de l'information** : un article et une vidéo. Ces deux formats permettent de toucher des publics différents.

**Fiabilité** : article fiable mais un peu court

### **PERTINENCE**

**Information principale**

**Quoi ?**

La hausse des ventes d'appareils de climatisation mobiles inquiète les cantons.

**Pourquoi ?**

Parce qu'il n'y a, pour l'instant, pas de législation qui encadre leur utilisation. Par ailleurs, on ne connaît pas vraiment leur bilan environnemental.

**Où ?**

En Suisse.

**Information secondaire**

- En 2018, les climatiseurs ont consommé 2% de l'énergie utilisée en Suisse. Ce pourcentage a progressé de 10 % depuis 2010.
- L'installation de climatiseurs fixe fait, elle, l'objet d'une réglementation.

**Bilan** : l'article amène des informations sur les obligations liées à la climatisation fixe. La climatisation mobile augmente sans être encadrée : en acheter maintenant est possible, mais leur utilisation pourrait être freinée, en tous les cas, encadrée d'ici quelques années. L'enthousiasme du cousin Gérard est donc à modérer.



**Expéditeur :** fiston\_d'amour

**Sujet :** si tu mets la clim, t'es plus mon père/ ma mère !

<https://www.letemps.ch/sciences/environnement/climatisation-fleau-environnement>

### **FIABILITE**

**Source :** quotidien suisse *Le Temps*, en ligne

**Titre :** *La climatisation, fléau pour l'environnement*

**Auteur.e :** Pascaline Minet ; en cliquant sur son nom, il est possible de découvrir d'autres de ses articles et/ou de la contacter.

**Date :** 25 juin 2019

**Forme et objectif :** un article assez long qui veut amener un maximum d'information sur les désavantages de la climatisation.

**Bilan :** journal reconnu, l'article est signé et donne ses sources : la NASA, le GIEC, agence environnementale néerlandaise, Office fédéral de l'environnement, etc.

### **PERTINENCE**

#### **Information principale**

**Quoi ?** Le recours à la climatisation est en augmentation alors que ce procédé renforce les changements climatiques.

**Pourquoi ?** La climatisation consomme beaucoup d'électricité et les fluides réfrigérants utilisés sont des gaz à effet de serre (quand ce ne sont pas des herbicides).

**Comment ?** Même si des législations encadrent leur fonctionnement, et ont déjà interdit certains composants, les techniques actuelles ne permettent pas d'envisager la climatisation comme une solution durable.

**Où ?** Partout dans le monde. Même si la consommation augmente surtout dans les pays émergents.

#### **Information secondaire**

Il existe des solutions (isolation ; choix des matériaux utilisés ; volets ou un avant-toit) pour réduire les besoins en climatisation.

**Bilan :** un article critique et explicatif (seul bémol : pas de contrepartie ou d'avis contradictoire dans l'article).



**Expéditeur** : secrétariat

**Sujet** : forum en ligne « la clim, j'en ai ma claque ! »

**Contenu** : je transmets des messages échangés sur un forum par des employés.

**vous\_saviez\_pas / 14.03.21**

Il paraît que la clim est une mode venue des États-Unis et est soutenue par l'industrie. Dans un bâtiment bien conçu, on n'a pas besoin de clim.

**Anonyme / 15.06.2022**

La climatisation ? Pour que tout le monde finisse par attraper une angine ? Dans les bureaux, il fait bien souvent trop froid en été !

- **pas\_dupe / 16.06.2022** / Quand on a froid, on peut toujours se couvrir.
- **med\_en\_entreprise / 18.08.22** / je confirme : aujourd'hui, 3 malades sur 10. Absentéisme en hausse depuis qu'il fait chaud dehors, froid dedans. C'est la différence entre les deux températures qui rend malade.

**geotrouvetout / 13.07.22**

Idée : une corbeille à papiers remplie d'eau fraîche et, hop, les pieds dedans pour se rafraîchir.

- **pas\_dupe / 18.07.22** / Et on s'éclaire aux bougies ?
- **raison\_garder / 15.07.22** / On peut aussi avoir la clim, entretenir ses équipements et ne pas dépasser les 22°, non ?

**tous\_aux\_abis / 02.08.22**

Lu sur *Doctissimo*, les climatiseurs supposent l'altération de l'air, « sans arrêt comprimé et refroidi ». Or, même ma grand-mère le sait : air sec + eau stagnante = prolifération de bactéries. C'est ainsi que des employés ont contracté la légionellose, certains en sont morts !

- **pas\_dupe / 10.08.22** / Faut pas exagérer et raconter n'importe quoi ! Décidément ces écolos à la gomme sont partout !

**marre\_de\_chez\_marre / 03.09.22**

Dans mon entreprise, on s'était mis d'accord pour fixer la température à 21°C. Sauf qu'il y a toujours des collègues qui l'augmentent ou la baissent en douce. Alors, ça crée des tensions pour savoir qui a changé la température.



**Expéditeur** : secrétariat

**Sujet** : forum en ligne « la clim, j'en ai ma claque ! »

## FIABILITE

**Source** : forum en ligne

**Auteur.es** : employé-es anonymes intéressé-es par le sujet.

**Date** : été 2022

**Forme et objectif de l'information** : les messages sont des témoignages assez courts qui veulent raconter une expérience mais aussi donner un avis et convaincre.

**Bilan** :

- certain-es citent leurs sources ; d'autres relèvent de l'expérience. il est donc difficile d'estimer leur fiabilité notamment pour les informations les plus surprenantes. Identifier les formules type : « il paraît », « même ma grand-mère sait que... »
- discuter de l'information selon laquelle la climatisation peut provoquer des maladies qui peuvent être mortelles. Qu'en pensent les élèves ? Quelle source est citée ? Comment savoir si c'est vrai ?  
Faire une recherche pour parvenir à une confirmation :  
<https://sante.lefigaro.fr/actualite/2012/07/27/18704-angine-nez-qui-coule-cest-peut-etre-clim>  
<https://www.doctissimo.fr/html/dossiers/legionellose/1948-legionellose-climatisation.htm>
- Qualifier l'attitude de pas\_dupe (scepticisme, moquerie). Amène-t-il des faits ? Ou des sources ? Qui incrimine-t-il (« les écolos ») ? Pourquoi ? Quel terme pourrait le qualifier (conspirationniste) ?
- Conclure sur l'ambiguïté d'un tel média qui peut diffuser autant d'informations vraies que fausses et l'utilité de croiser les sources.

## PERTINENCE

**Information principale**

**Quoi ?**

Des échanges – avis et opinions, expériences, lectures d'informations – entre employés autour de la climatisation.

**Comment ?**

Par l'usage du forum, ils peuvent **témoigner** sur différents sujets : difficulté à s'accorder sur une température idéale ; chocs thermiques entre extérieur et intérieur qui peuvent amener à des angines ; risque de contracter la légionellose.

**Où ?**

On ne sait pas dans quel pays travaillent les employés, seulement qu'ils parlent français.

**Bilan** : révéler que cette source a été créée de toutes pièces pour le jeu mais qu'elle s'inspire d'exemples cités dans des journaux. A titre d'exemple : *Heurts de bureaux : comment éviter que la climatisation ne jette un froid.*

<https://www.20min.utes.fr/societe/1661539-20150821-heurts-bureaux-comment-eviter-climatisation-jette-froid>

**Expéditeur : Cool clim**

**Sujet : une offre qui ne se refuse pas !**



Vous souhaitez équiper votre entreprise de climatiseurs ? Notre société, numéro un mondial des climatiseurs, basée en France frontalière vous accompagne dans vos projets. Nous sommes certifiés RGE et pouvons intervenir dans des délais record dans tout le bassin genevois.

Par ailleurs, nous développons une offre pour moins de 350 CHF adaptée aux petites entreprises sans aucune formalité.

N'hésitez pas à prendre contact avec votre conseiller par simple retour de mail : [info@coolclim.fr](mailto:info@coolclim.fr)

## FIABILITE

**Source de l'information** : société française Cool Clim, se dit premier installateur au monde de climatisations.

**Auteur-e** : aucun nom personnel n'est communiqué, juste une adresse mail générale.

**Date du message** : 26.07.23

**Format et objectif de l'information** : court message de type publicitaire avec offre de prix très bas (surprenant). L'objectif est *a priori* de vendre un service.

**Bilan** : le prix annoncé mérite une recherche pour vérifier l'existence de l'entreprise. Après petite enquête, on ne trouve pas d'entreprise enregistrée à ce nom. La source semble donc peu fiable.

## PERTINENCE

### Information principale

#### Quoi ?

Possibilité d'avoir une intervention rapide et peu coûteuse pour installer une climatisation.

#### Comment ?

Par une société basée en France.

**Bilan** : comparer l'offre de l'entreprise avec l'article *Les climatiseurs mobiles échappent à tout contrôle en Suisse*. A Genève, l'installation d'une climatisation fixe doit répondre à des critères émis par l'Etat.

<https://www.ge.ch/installations-techniques-rafraichissement/climatisation-confort>

L'entreprise ne mentionne pas cette information et laisse croire qu'il est possible d'installer n'importe quel système de climatisation.

**Révéler que cette source a été créée de toutes pièces pour le jeu. Les élèves s'en sont-ils doutés ? Peut-on malgré tout recevoir ce type de message ?**



LE COURRIER MARDI 8 JUILLET 2014

# Bio à la cantine: Lausanne se lance

SANTÉ PUBLIQUE • *La ville va augmenter la part de produits bio et locaux dans ses cantines.*



Florence Germond. KEYSTONE

## LIA ROSSION

La Municipalité de Lausanne projette de faire passer de 50% à 70% la part des produits bio et locaux dans les réfectoires des institutions d'accueil de jour de l'enfance (CVE-APEMS), des écoles primaires et secondaires, de l'hôtel de police et du centre de formation de la protection civile.

Ce projet d'envergure, programmé sur une période pilote de trois ans, prévoit également l'introduction hebdomadaire de menus sans viande et l'offre de produits biologiques de la région (lorsqu'ils sont disponibles) dans les réfectoires scolaires communaux lausannois. Ces mesures entraîneront une augmentation de 25 centimes par repas produit, ce qui représente un surcoût de quelque 330 000 francs par année.

**L'objectif de la démarche?** Privilégier l'agriculture biologique de proximité dans le respect de l'environnement. «Il est important pour nous de faire un maximum afin que les fruits et légumes que nos enfants mangent n'aient pas parcouru la moitié de la planète pour arriver dans leurs assiettes», explique Florence Germond, magistrate chargée du départe-

ment des finances et du patrimoine vert.

Dans cette optique, il est également proposé de transformer le domaine de Rovéréaz, site emblématique de la ville en termes de qualité paysagère, en exploitation maraîchère biologique. «Il est primordial de sensibiliser la population à la nécessité de cultiver et de consommer local, tout en maintenant les qualités paysagères du site et un espace de détente pour la population, le tout dans le respect de l'histoire et du patrimoine», explique Florence Germond.

Environ 70 000 repas devraient pouvoir être fournis en fruits et légumes du domaine de Rovéréaz. Le site accueillera également des jardins familiaux - bio - sur plus de deux hectares. Pour rappel, actuellement, 1 300 000 repas sont servis chaque année dans la restauration collective lausannoise.

«Ce projet est difficile à réaliser», admet Oscar Tosato, chef du département de l'enfance, de la jeunesse et de la cohésion sociale, «mais on espère réussir, il en va de la santé de nos enfants et du respect de l'environnement». I