



**Le Monde
des ados**

Paris, le 3 mars 2021

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

INFO ET FAKE NEWS : COMMENT DÉMÊLER LE VRAI DU FAUX ? LE MONDE DES ADOS ÉDITE UN HORS-SÉRIE

« Le Covid a été créé en laboratoire, les vacances d'été vont être reportées, des lycéens vont tester le vaccin »... Depuis un an, les fake news se propagent aussi vite que le coronavirus. Tous les ingrédients sont réunis (émotion, vitesse des réseaux sociaux, chambre d'écho) pour toucher les adolescents particulièrement confrontés aux rumeurs en tout genre. Comment identifier une fausse information ? Comment la vérifier ? Comment déjouer les complots ? Comment aider les ados à se forger un esprit critique ? *Le Monde des ados* donne des clés dans ce hors-série.

UN HORS-SÉRIE SUR L'INFORMATION ET LES FAKE NEWS

Dans ce numéro spécial qui sort le 10 mars, *Le Monde des ados* (bimensuel édité par **Fleurus Presse**) s'attaque au sujet des **fake news** et explique comment les déjouer grâce à trois séquences :

- Qui fait l'information ?

Grâce à des **portraits de journalistes passionnés** et d'ados journalistes en herbe. Retrouvez également des **conseils pour devenir journaliste** et les résultats d'un sondage sur le goût pour l'information, lancé [sur le site du Monde des ados](#).

- Comment l'information se fabrique-t-elle ?

Découvrez un **dossier sur la liberté d'expression**, un décryptage des mots-clefs du monde de l'information, ainsi qu'une carte RSF de **la liberté de la presse** dans le monde.

- Comment lutter contre les fake news ?

Grâce à une **typologie des fake news** (fausse information, rumeur, manipulation, légende urbaine, info non vérifiée, etc.), une double page d'actualité qui revient sur les fake news liées au coronavirus et propose des moyens d'y faire face.

Et aussi : l'interview de **Fabrice Erre** et **Jorge Bernstein**, les auteurs de la BD "Les Complotistes", suivie d'une sélection de 20 planches.



32^e SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE

Ce hors-série spécial fake news paraît au moment de la **32^e Semaine de la presse et des médias dans l'école** qui se déroule du 22 au 27 mars et dont le thème 2021 est "*s'informer pour comprendre le monde*". Cette thématique s'inscrit dans l'engagement de longue date du *Monde des ados* pour l'**Éducation aux médias et à l'information**. Cet engagement du *Monde des ados* se traduit également par **les actions bénévoles de ses journalistes** à travers l'association "**Entre les lignes**" et de son partenariat avec **MoonKeys** (conception et animation d'ateliers avec des ados journalistes).

LE MONDE DES ADOS OBTIENT LA CERTIFICATION INFORMATION POLITIQUE ET GÉNÉRALE (IPG) PLURALISME



Ce hors-série s'inscrit également dans l'ancrage "actualités" du *Monde des ados*, renforcé en ce début d'année 2021 par l'obtention de la certification Information Politique et Générale (IPG) pluralisme. Né le 8 janvier 2003, le *Monde des ados* fête cette année ses 18 ans. La certification reconnaît que le *Monde des ados* "*apporte de façon permanente sur l'actualité politique et générale, locale, nationale ou internationale des informations tendant à éclairer le jugement des citoyens*". Pour sa majorité, le *Monde des ados* rentre donc dans la cour des grands !

HS Monde des ados
Date de sortie : **10 mars**
3 mois en kiosque
Prix : **5,90 €**
68 pages
21 500 exemplaires



LEMONDEDESADOS.FR



Depuis 2017, la rédaction du *Monde des ados* développe et alimente également un site qui permet de traiter l'actualité entre deux parutions du magazine, mais aussi d'établir un contact différent avec ses lecteurs. Il a notamment fait écho au sondage du *Monde des ados* : oui, les ados ont le goût de l'information !

Contacts presse

Chloé Nicolas
Chargée de la communication
Tél. : 07 81 83 05 45
chloe.nicolas@uniqueheritage.fr

Olivier Roisin
Influence & Stratégie
Tél. : 06 29 77 59 85
olivier.roisin@influenceetstrategie.fr



À PROPOS D'UNIQUE HERITAGE MEDIA

UNIQUE HERITAGE MEDIA (UHM) est une entreprise de médias et d'édition innovante, dédiée à la jeunesse et à son entourage. Pionnier de l'éducativité, UHM a pour ambition de permettre aux jeunes et aux adolescents de grandir et de se divertir dans l'apprentissage, la découverte du monde et la compréhension de l'actualité, tout en profitant du potentiel des nouvelles technologies et de l'interactivité qu'elles offrent. UHM offre aux familles les moyens d'un développement intelligent, positif et convivial. UNIQUE HERITAGE MEDIA développe une quinzaine de marques fortes, parmi lesquelles *Papoum*, *Abricot*, *Mickey Junior*, *Pirouette*, *Pili Pop*, *Je lis déjà !*, *Mille et une histoires*, *Le Journal de Mickey*, *Quelle Histoire*, *National Geographic Kids*, *Histoires vraies*, *Vanille*, *Les Petites Princesses*, *Picou Magazine*, *Sorcières*, *Tout Comprendre Junior*, *Le Monde des ados*, *Comment ça marche* et *Réponse à Tout*.