



Sommaire :

Nos partenaires	2
Au contraire	4
Ce qui est dit sur Internet	6
La rumeur	8
La carte des réseaux sociaux	10
Mots clés pour l'engagement des jeunes	12
L'impact des fausses informations	14
Dites non aux arguments fallacieux	16
Création de faux sites	18
Changer la réalité	20
Migrants: l'impact des fausses informations	22
Utilisez des applis pour reconnaître les fake news	24
Mythes des réseaux sociaux	26
Les fake news deviennent des bonnes nouvelles	28
Sûreté, sécurité et vie privée	30

Training Club Magazine

Training Club Magazine

No. 4

2021

- #NoFakeNews -

La diversité des informations diffusées par les réseaux sociaux expose les citoyens à une désinformation à grande échelle, notamment à des informations trompeuses et fausses. Un consortium de cinq organisations européennes

a été créé pour mettre en œuvre le projet Erasmus+ "Donner aux jeunes les moyens d'analyser de manière critique les fake news". Dans le but de renforcer la capacité des travailleurs et des organisations de jeunesse à aider les jeunes à interpréter, analyser et évaluer les messages médiatiques, elles organisent des ateliers, des webinaires et des cours de formation.

La collection de bonnes pratiques et de solutions pour donner aux jeunes les moyens d'évaluer les fake news et de détecter les campagnes de désinformation sur les réseaux sociaux est incluse dans ce magazine.



Together Everyone Achieves More

TEAM4Excellence permet à la jeune communauté de partager des valeurs et des responsabilités communes à travers des expériences avec de jeunes citoyens européens.

Notre vision est de partager et d'impliquer la communauté locale. Nous travaillons avec des volontaires européens et leur donnons l'opportunité de devenir des éducateurs et des mentors et de former des personnes qui partagent les mêmes valeurs.

Pour l'Europe et pour le monde.

Plus de 1000 jeunes de Constanta et environ 100 jeunes européens bénéficient de nos activités chaque année. Ensemble, c'est mieux !



Coordinateurs du projet. L'association Team4Excellence (Roumanie) est une organisation de Constanta qui se concentre sur la construction d'une communauté de jeunes citoyens avec la coopération de l'Europe à travers le Corps européen de solidarité et Erasmus+. T4E partage et implique la communauté locale, en donnant l'opportunité de devenir éducateurs ou mentors et de former les futurs jeunes à partager les mêmes valeurs.

T4E exploite la marque TRAININGCLUB.EU.



La fondation "Instytut Badań i Innowacji w Edukacji" (Pologne) est une ONG qui promeut l'égalité des chances en matière d'éducation pour tous les groupes sociaux, lutte contre l'exclusion sociale et soutient les jeunes en risque de marginalisation. INBIE coopère étroitement avec les établissements d'enseignement formel et non formel, les autorités locales et le Centre des organisations non gouvernementales de Czestochowa.



Les Centres d'entraînement aux méthodes d'éducation active (France) sont une association reconnue d'utilité publique, complémentaire à l'enseignement public.

L'association, soutenue en permanence par des travaux de recherche-action, met en œuvre les principes de la nouvelle éducation à travers des méthodes d'éducation active. Les CEMEA ont choisi la formation comme principal levier d'action pour transformer la société et souhaitent être une association de militants de terrain, actifs et créatifs.

L'association de promotion sociale Petit Pas (Italie) est une entité associative structurée, avec un grand nombre d'associés et de bénévoles qui ont adhéré à sa mission en reconnaissant l'importance d'avoir des sociétés inclusives, pacifiques et justes.

Petit Pas vise à doter la communauté locale et environnante des connaissances et des compétences adéquates qui leur permettront d'accéder au marché du travail et d'augmenter leurs chances de progresser.



Solidaridad Sin Fronteras (Espagne) contribue au développement, à l'intégration et au bien-être des groupes les plus vulnérables, en promouvant la tolérance, la justice et la responsabilité sociale en coopération avec d'autres organisations et institutions publiques.

SSF travaille en étroite collaboration avec la Direction des services sociaux et de l'intégration sociale de la région de Madrid, l'administration publique et les municipalités, les centres éducatifs, les organisations et les entreprises publiques et privées.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Remerciements

Ce magazine a reçu un financement partiel de l'Union européenne, dans le cadre du programme ERASMUS+, pour la mise en œuvre du projet

"Donner aux jeunes les moyens d'analyser de manière critique les fake news",

Accord de subvention—2019-2-RO01-KA205-064070.



Erasmus+



Instytut Badań i Innowacji w Edukacji (Pologne)

Solidaridad Sin Fronteras (Espagne)



Petit Pas Aps (Italie)

CEMEA Rhone-Alpes (France)



TEAM4Excellence (Roumanie)





ATELIER AU CONTRAIRE

TEAM4Excellence

Objectifs

L'objectif de cet atelier est de démontrer comment fonctionne le biais de rétrospection. Cela contribuera à développer l'esprit critique des participants grâce à l'apprentissage par la pratique.

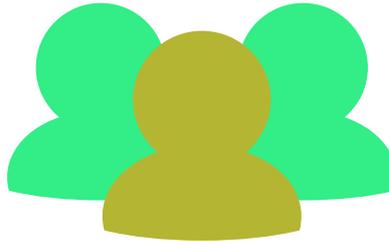
Public visé

Jeunes, élèves, étudiants.
Le nombre de participants peut aller de 8 à 30.



Matériel

Stylos, papier A3, post-it de couleur



Durée

50 minutes



Étapes de médiation

1. Répartissez les participants en deux groupes.
2. Sélectionnez une paire de proverbes qui se contredisent. Par exemple : Réfléchis avant de sauter ; Celui qui hésite est perdu.
3. Distribuez une carte de proverbe à chaque groupe.
4. Expliquez la tâche. Demandez à chaque participant de penser à des exemples et des explications qui soutiendraient le proverbe. Annoncez une limite de temps pour cette activité indépendante.
5. Demandez aux participants de présenter leurs idées dans leurs groupes.
6. Réunissez les deux groupes.
7. Demandez aux deux groupes de présenter leurs exemples et explications pour prouver que les proverbes contiennent un élément de vérité manifeste.
8. Invitez les participants à présenter d'autres exemples et explications soutenant l'un ou l'autre proverbe.



Débriefing

1. Expliquez que la pensée logique nous amènerait à croire que les deux ne peuvent pas être valables en même temps.
2. Suggérez qu'une fois que nous acceptons un principe, nous avons l'impression de le connaître parfaitement.
3. Présentez cette déclaration de Niels Bohr : "Le contraire d'une vérité profonde peut très bien être une autre vérité profonde". Discutez de la manière dont il est possible que deux principes contradictoires soient valables dans des contextes différents.
4. Demandez aux participants de partager d'autres paires de proverbes qui se contredisent.

La parole aux participants



"Nous avons remarqué que lorsque les gens apprennent ou acceptent une affirmation, ils n'ont aucune difficulté à trouver des preuves pour la soutenir."

"Les participants ont compris que les fake news et autres types de fausses informations peuvent prendre différents visages."

"Nous nous attendons à ce que les participants soient plus conscients de l'importance de la source des informations liées aux nouvelles."

Exemples de paires de proverbes qui se contredisent

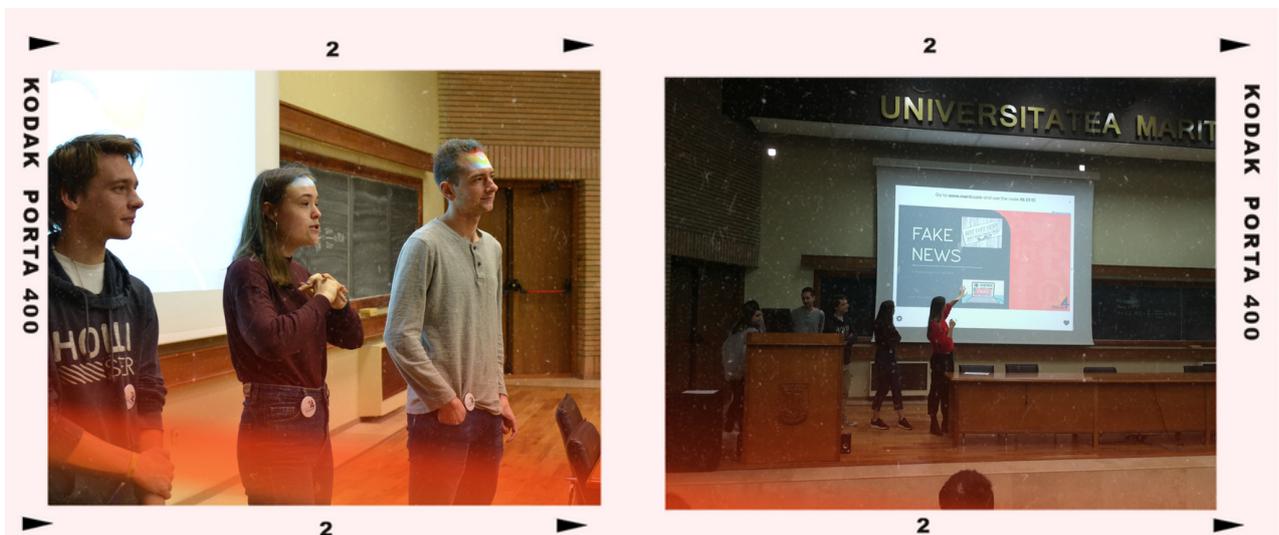
Réfléchis avant de te lancer.
Celui qui hésite est perdu.

Accroche ton wagon à une étoile.
Ne mordez pas plus que ce que vous pouvez mâcher.

Un point de suture à temps en épargne neuf.
Si ce n'est pas cassé, ne le répare pas.

L'absence rend le cœur plus tendre.
Loin des yeux, loin du cœur.

Qui se ressemble s'assemble.
Les opposés s'attirent.



Adapté de: <https://thiagi.net/archive/www/pfp/IE4H/february2013.html#Jolt>

CE QUI SE DIT SUR INTERNET

Solidaridad Sin Fronteras



Objectifs

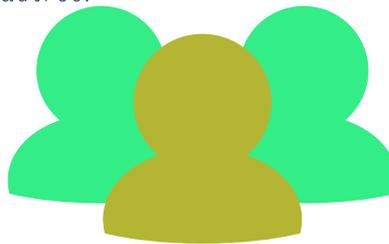
Comprendre le pouvoir de l'espace (Internet et réseaux sociaux) pour diffuser et viraliser des contenus et des idées qui peuvent décrire ou influencer la façon dont nous comprenons les autres.

Public visé

Animateurs de jeunesse et jeunes

Matériel

Tout appareil disposant d'une connexion Internet ; ordinateurs, smartphones, tablettes... Le mieux est qu'il puisse y avoir une navigation parallèle à partir de différents groupes de travail.



Durée

Environ 1 heure

Etapas de médiation

Étape 1 : Cherchez dans le moteur de recherche Google des informations sur différents groupes avec une phrase de construction simple comme : "Les -----sont-----" / "Les femmes/filles sont" / "Les personnes LGBTI sont" / "Les gitans sont" / "Les immigrants viennent" / "Les jeunes sont".

Étape 2 : Le moteur de recherche Google a tendance à compléter ces phrases au fur et à mesure qu'elles sont tapées. C'est ce qu'on appelle les "prédictions", les "recherches prédictives" ou l'"auto-complétion", une option qui peut être désactivée. Les requêtes de recherche proposées par la fonction de "complétion automatique" sont le reflet de l'activité de recherche de tous les internautes et du contenu des pages Web que Google indexe. Si vous êtes connecté à un compte Google privé et que l'historique Web est activé, vous pouvez également voir des suggestions de requêtes basées sur des recherches pertinentes effectuées précédemment.

Étape 3 : L'exercice consiste à observer ces phrases et à en parler.

La parole aux participants



"Il est vraiment intéressant de voir à quel point nous sommes influencés par rapport à certains sujets. Il est important d'en être conscient afin d'arrêter la propagation de stéréotypes et d'idées négatives."

"J'ai été étonné par le fait que tant de stéréotypes apparaissent lorsqu'on fait une simple recherche sur Internet et par la façon dont nous sommes influencés par eux sans vraiment nous en rendre compte."

"Cela doit être vraiment difficile pour ces personnes de voir qu'elles sont tellement stéréotypées et que la société croit la plupart de ces idées fausses et préjugés généralisés. Nous avons le pouvoir d'arrêter cela et nous devons le faire."

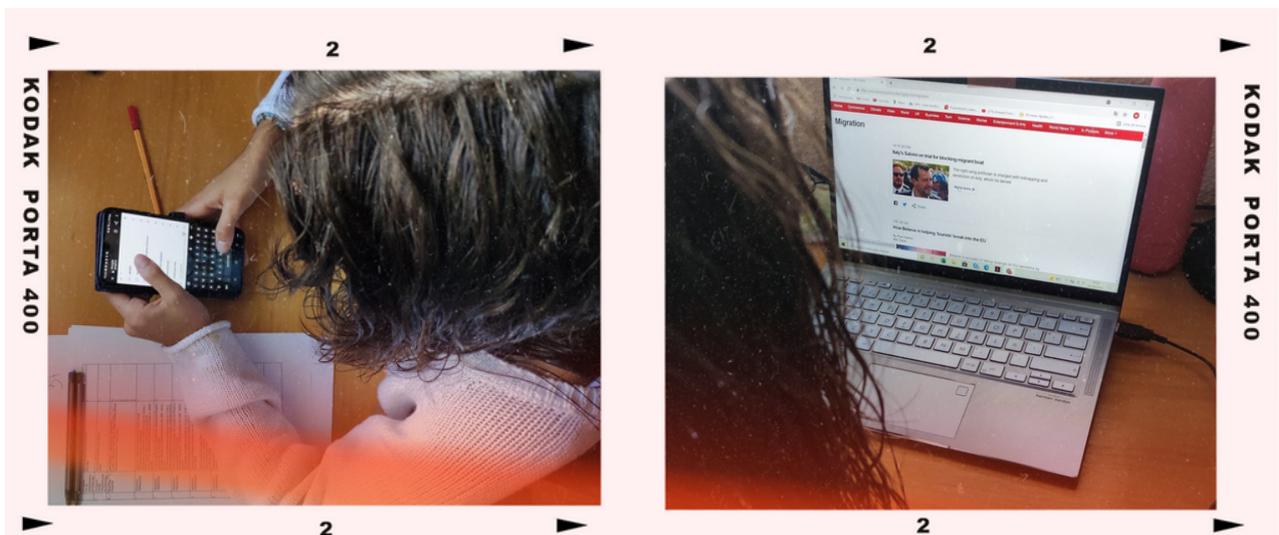
Pistes de réflexions

Comment s'est passée l'exploration ?

Avez-vous été surpris par les résultats ?

Pensez-vous que cela puisse avoir un effet sur les personnes qui trouvent ces phrases dans leurs recherches ?

Utilisez certaines de ces expressions ou étiquettes sur les autres réseaux sociaux. Recherchez, par exemple, "immigrant" sur YouTube et voyez quelles sont les cinq premiers résultats et quel genre d'informations sont diffusées à propos de ce groupe.





LA RUMEUR

Solidaridad Sin Fronteras

Objectifs

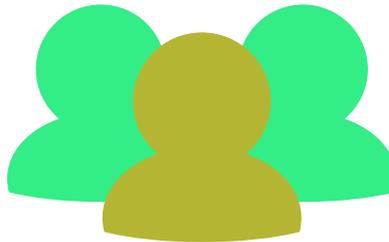
Réfléchir à la déformation d'un message qui se produit parce qu'il n'est pas clair. En général, ce qui attire le plus l'attention, ou ce qui est considéré comme le plus important, reste dans la mémoire.

Public visé

Animateurs jeunesse et jeunes

Matériel

Smartphone ou tout appareil avec une connexion Internet afin d'utiliser WhatsApp.



Durée

Environ 1 h

Etapas de médiation

Étape 1 : Les animateurs préparent un message écrit et l'envoient dans le groupe WhatsApp du projet.

Étape 2 : Au moins 4 volontaires sont sélectionnés pour être acteurs de cette activité. Tous, à l'exception du premier, quittent la salle et attendent dehors. Le reste de la classe assiste au processus de déformation du message ; leur tâche consiste également à noter ce qui diffère de la version initiale.

Étape 3 : Le coordinateur lit le message au n° 1, puis appelle le n° 2. Le n° 1 communique au n° 2 ce qui lui a été lu, sans l'aide de personne. Et ainsi de suite, jusqu'à ce que toutes les personnes qui attendent dehors soient passées.

Étape 4 : La dernière personne, au lieu de répéter le message oralement, l'écrit sur le tableau. À son tour, le modérateur écrit le message original pour le comparer.

La parole aux participants



"Nous nous concentrons généralement sur différents éléments de la communication, en nous souvenant des aspects que NOUS considérons comme pouvant être demandés."

De nombreux élèves se sont FOCALISÉS sur le nombre de passagers, sans se souvenir du nombre d'escales ou de leur nom.

Présumer quels aspects sont les plus importants et les plus critiques peut conduire à une FOCALISATION INCORRECTE de l'attention.

Il est donc important de toujours garder l'ESPRIT OUVERT et de ne pas être sélectif dans la collecte des informations."

Pistes de réflexion

Que s'est-il passé ? Est-ce que quelque chose de semblable vous est déjà arrivé vous ? À votre avis, pourquoi ce phénomène se produit-il ? Est-ce qu'ils parlaient de vous ou est-ce que c'est vous qui avez transmis un message déformé ? Quelles ont été les conséquences ? Qu'avez-vous ressenti lorsque vous vous êtes rendu compte de l'erreur ? Qu'avez-vous appris pour les prochaines situations ?

La réalité pèse des tonnes. Il est difficile d'en retenir et d'en percevoir tous les détails, c'est pourquoi elle est réduite, déformée, partiellement assimilée ou mélangée à d'autres données.

Message initial "Le navire Queen Mary quitte le port de Greenwich, à Londres, avec 4 passagers et s'arrête à Amsterdam, où 10 autres passagers montent à bord. Puis il s'arrête au canal de Kiel et 3 autres passagers montent à bord. L'arrêt suivant est le port de Copenhague, où 2 passagers quittent le navire et 20 passagers montent à bord. Le Queen Mary poursuit son voyage jusqu'à Helsinki, où tous les passagers débarquent."

Questions possibles :

- o Quel était le port de départ ?
- o Combien de passagers quittent le navire à Copenhague ?
- o Combien de passagers ont embarqué à Amsterdam ?
- o Combien d'escales au total ?
- o Combien de passagers quittent le navire à la dernière escale ?

CONCURS CAPITAN PE NAVA VICTORIEI
27 NOIEMBRIE 20...



LA CARTE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Petit Pas Aps

Objectifs

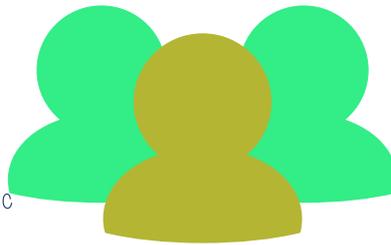
Encouragez les participants à explorer les nouvelles fonctionnalités des réseaux de médias sociaux, leurs politiques de sécurité et aussi leurs paramètres. Comprendre quel réseau social fait circuler le plus de fausses informations et comment les éviter.

Public visé

Animateurs jeunesse et jeunes

Matériel

Smartphone ou tout autre appareil avec une connexion Internet
Papier A4 et paperboard.



Durée

Environ 1-2 h

Etapes de médiation

Étape 1 : Répartissez les participants en groupes. Chaque groupe sera chargé de jouer les "ambassadeurs des réseaux sociaux/applications". Laissez chaque groupe choisir une application : Snapchat, Facebook, LinkedIn, Instagram, Pinterest, WhatsApp, etc.

Étape 2 : Chaque groupe aura 45 minutes pour faire un brainstorming et rechercher des informations sur son "réseau/application social préféré" et préparer une affiche avec des faits clés, des chiffres, de nouvelles informations, des fake news, des paramètres qui ont changé au cours de l'année dernière.

Étape 3 : Après le brainstorming, les groupes créent des présentations pour présenter leur réseau social. Chaque groupe dispose de 5 minutes maximum pour faire sa présentation. A la fin de toutes les présentations, définissez sur quel réseau social circulent le plus de fake news.

Étape 4 : Session de réflexion. Utilisez les pistes de réflexion pour guider les participants dans l'exploration de leurs pensées et sentiments.

La parole aux participants



Pourquoi les fake news sont-elles si populaires ?

"De nos jours, les gens passent quotidiennement du temps à lire, aimer, partager ou commenter sur les réseaux sociaux car ils ont besoin d'interactions sociales dans leur vie. Avec autant d'informations circulant en ligne, il est difficile de contrôler la qualité de ce qui est diffusé.

Comme l'a montré notre atelier, certaines de ces informations sont fausses. Les fausses informations peuvent apparaître de manière non intentionnelle de la part d'individus, ou peuvent être amenées avec des intentions diverses (par exemple, marketing, ventes, élections).

Lorsque les utilisateurs des réseaux sociaux trouvent une information qui leur plaît ou les intéresse, ils la partagent avec les autres, créant parfois un effet boule de neige viral. C'est le besoin interne des gens d'aimer ce que d'autres ont déjà aimé qui propage encore plus les fake news.

La plupart des gens disent qu'ils ne veulent pas diffuser de fausses informations ; ils pensent sincèrement qu'ils partagent des histoires et des faits véridiques. Cependant, si vous leur demandez comment ils vérifient les informations, ils ne savent pas quoi répondre. Une plus grande sensibilisation à ce sujet pourrait rendre les gens plus prudents."

Pistes de réflexion

A quel point les réseaux sociaux sont-ils sûrs ?
L'un d'entre eux est-il exempt de fausses informations ?

Pourquoi les gens diffusent-ils des fausses nouvelles sur les réseaux sociaux ?

Quels réseaux sociaux diffusent le plus de fausses nouvelles et pourquoi ?

Que font les administrateurs des réseaux sociaux pour limiter la quantité de fausses informations ?

Que devons-nous faire pour éviter de diffuser des fausses informations ?

Quelle est la meilleure façon d'apprendre aux gens à éviter les fausses informations ?

Les réseaux sociaux sont-ils un mal nécessaire ? Pourquoi ? Pourquoi les fausses informations sont-elles si populaires ?

INSTAGRAM

Skin care

Fitness trainers

Fashion

Places

Things to do

Influencers

Beware!

FAKE

A study examined more than 10 million tweets from 700,000 Twitter accounts that linked to more than 600 fake and conspiracy news sites

Back in 2019, Chris Wetherell, creator of the retweet button, compared RT to "handing a loaded gun to a four-year-old child".

Change in 2020:
"Don't just get the headline and get the full story before you share it! If you are about to Retweet or quote on



MOTS CLÉS POUR L'ENGAGEMENT DES JEUNES

TEAM4EXCELLENCE

Objectifs

- Comprendre le processus de choix des mots-clés pour la gestion du contenu.
- Créer une liste de mots-clés pour le sujet "Formation Fake News".

Public visé

Animateurs jeunesse et jeunes

Matériel

- Fichier Excel - planificateur de mots-clés
- Ordinateur portable, projecteur
- Stylo, carnet de notes/papier vierge
- Paperboard, papier

Durée

Environ 3-4 h

Etapes de médiation

1. Trouvez les 20 principaux mots qui définissent : Formation aux fausses informations. Pensez à vos objectifs, à vos valeurs, aux choses qui vous définissent, aux groupes cibles, à la segmentation géographique, aux critères et aux mots de la même famille (utilisez les 5Q dans la carte mentale), à l'entreprise, à l'association. Notez-les en 20 colonnes dans une feuille de calcul.
2. Chaque participant trouve et note dans sa feuille de calcul 20+ synonymes pour chacun des 20 mots ci-dessus.
3. Présentez tous les mots-clés. L'un des participants consolidera tous les mots dans une seule feuille de calcul et éliminera les doublons.
4. Choisissez les 5 meilleurs parmi les 20 mots.

Comment aller plus loin ?

Pour un article de blog : H1 : utilisez 1 des 20 mots-clés en haut du tableau ; H2 : utilisez 3 des 5 premiers mots-clés ; H3 : Utilisez 1 des 20 mots-clés en haut du tableau + Utilisez 1 des 5 premiers mots-clés + Utilisez 3 des 100 premiers mots-clés.

Pour un post sur les réseaux sociaux : Choisissez 3 à 5 mots-clés pour décrire votre post ; Le meilleur conseil est d'utiliser un de tous les Tops si vous en utilisez 5. Si vous en utilisez 3, choisissez l'un des trois Tops.

La parole aux participants



Comment utiliser les mots-clés dans la communication de votre organisation ?

"Pour choisir et utiliser les mots-clés dans la communication de notre organisation, nous pensons normalement à notre public cible et à ce qu'il recherche. Les mots-clés dépendent donc des choses que nous voulons communiquer (par exemple la communication d'informations sur une formation spécifique ou une opportunité de volontariat, etc.)

Une fois que nous avons recueilli des informations auprès du public cible et que nous avons une idée de ce que les gens recherchent, nous réfléchissons à une série de mots-clés qui ne sont pas seulement liés au public cible mais qui reflètent également l'identité de notre organisation, par exemple nos valeurs, nos objectifs et ce qui nous définit en général.

Cela dépend aussi du réseau que nous utilisons, par exemple sur Instagram nous utilisons plus de mots-clés et sur LinkedIn nous n'en utilisons pas trop."

Pistes de réflexion

Google vous montre-t-il toujours le meilleur contenu ? Qu'en est-il de Google Ads ?

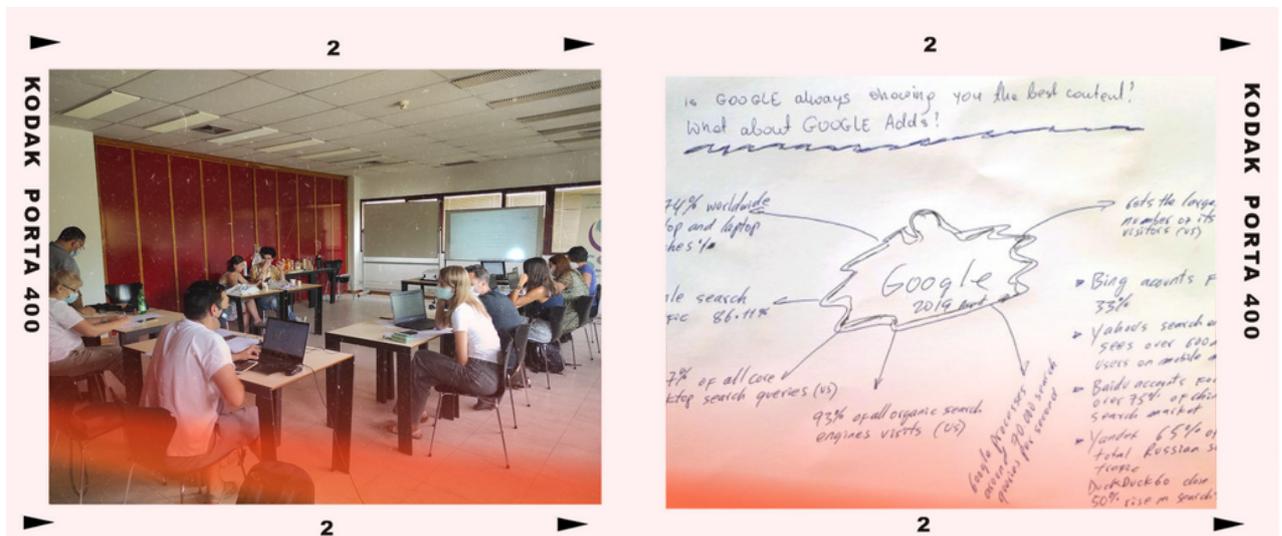
Comment pouvez-vous utiliser les mots-clés dans la communication de votre organisation ?

Comment pouvez-vous vous protéger contre la perte des premières places dans Google ?

Comment pouvez-vous utiliser l'atelier de mots-clés dans votre organisation ?

Comment le référencement et les mots-clés peuvent-ils vous amener sur une page pour y lire de fausses informations ?

Répartissez les participants en groupes et encouragez la réflexion en groupe.





L'IMPACT DES FAKES NEWS

Solidaridad Sin Fronteras

Objectifs

Sensibiliser les gens à l'impact que peuvent avoir les fausses informations.

Aider à comprendre le pouvoir d'Internet et des réseaux sociaux pour diffuser et viraliser des contenus et des idées qui peuvent influencer la façon dont nous comprenons les autres.

Aidez à réfléchir à la déformation d'un message qui se produit parce qu'il n'est pas clair.

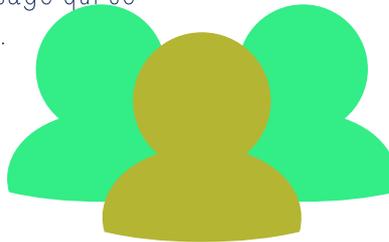
Public visé

Animateurs jeunesse et jeunes



Matériel

Présentation Prezi + Tableau
Téléphone avec connexion Internet afin de pouvoir jouer aux jeux en ligne.



Durée

Environ 1-2 h



Etapes de médiation

Étape 1 : Les animateurs présentent le sujet et font un premier jeu pour briser la glace.

Étape 2 : Les animateurs présentent ensuite la partie théorique et lancent un débat.

Étape 3 : Jouez à 3 jeux :

Jeu de rôle

La rumeur

Ce qui se dit sur internet

Étape 4 : Le quiz Kahoot est utilisé pour évaluer ce que les participants ont appris pendant l'atelier.

<https://prezi.com/p/7n7jfz9o1s0b/?present=1>

Étape 5 : Réflexion



La parole aux participants



Comment pensez-vous que les fausses informations impactent la société ?

"Le phénomène des fake news contribue à augmenter les niveaux d'anxiété et provoque un impact négatif au niveau social, par exemple en ce qui concerne la confiance dans le rôle des experts.

En fait, la Fédération italienne des psychologues organise presque chaque semaine des émissions en direct sur Facebook sur le thème des fake news, au cours desquelles il est également possible d'interagir avec les intervenants. Cela contribue à créer une information saine sur les réseaux sociaux.

Une autre chose importante est qu'à travers les réseaux sociaux, les nouvelles publiques et privées sont mélangées d'une manière homogène et inquiétante et pour cette raison le niveau de profondeur des nouvelles publiques n'a pas la bonne importance. L'important est de donner un signal de participation afin de ne pas rester en dehors de cette bulle."

Pistes de réflexion

Quelle est l'importance pour un sujet de figurer dans l'agenda public ?

Comment pensez-vous que les fausses informations peuvent discriminer les personnes LGTBI et les femmes ?

Comment pensez-vous que les fausses informations impactent notre société ?

Comment les jeunes peuvent-ils être plus conscients de cet impact négatif ?

Pensez-vous que les fausses informations peuvent générer de la haine ? Comment ?

Comment pouvons-nous lutter contre la haine que les fausses informations peuvent générer ?

Lancez la série de questions et encouragez la réflexion.





DITES NON AUX ARGUMENTS FALLACIEUX

CEMEA Rhone Alpes

Objectifs

identifier et dénoncer les logiques douteuses où qu'elles apparaissent, afin de ne pas se laisser tromper.

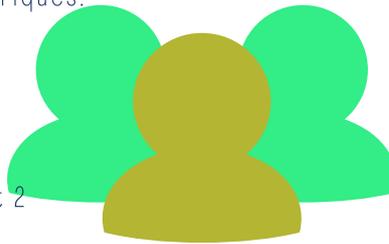
Développer l'esprit critique des participants par l'apprentissage expérimental des arguments fallacieux très présents sur Internet, notamment sur les réseaux sociaux et dans les grands médias numériques.

Public visé

Animateurs jeunesse et jeunes (8-12)

Matériel

Stylos, papier A3, post-it de couleur, Feuilles imprimées 2x4 ou 3x4 contenant 2 arguments fallacieux différents, quiz d'évaluation imprimé.



Durée

Environ 2-3 h

Etapes de médiation

Étape 1 : Découvrir le contexte (15 min). Rassemblez les participants par groupes Jigsaw. Chaque groupe reçoit un ensemble de feuilles (chaque participant/une feuille contient la description de 2 arguments fallacieux différents) :

- Appel à l'autorité / Anecdote
- Appel à l'émotion / argument de paille
- Appel à la nature / Faux dilemme
- Vague de soutien / Pente glissante

Étape 2 : Discussions entre experts (30 min). Les participants sont réunis par groupe d'expertise pour maîtriser le contenu de leur fiche spécifique. Ils vont discuter, échanger, prendre des notes, inventer de nouveaux exemples, etc. Après cette étape, ils seront considérés comme des "experts" de leur fiche et devront être capables d'expliquer leurs deux arguments fallacieux aux autres participants qui n'ont pas eu la même fiche.

Étape 3 : Partage des connaissances (30 min). Les groupes Jigsaw initiaux sont réorganisés. L'objectif est maintenant que chacun de ces groupes maîtrise collectivement le contenu de chacune des fiches. Chaque "expert" doit expliquer la fiche aux autres membres de son groupe et les former.

Étape 4. Création collective des résultats (40 min). Chaque groupe Jigsaw crée et exécute une tâche/activité collective pour mettre les connaissances en pratique. L'objectif est d'utiliser des arguments fallacieux pour s'assurer que tout le monde les comprend.

Étape 5. Quiz d'évaluation

La parole aux participants



Les fausses informations sont un défi réel et urgent auquel la société moderne est confrontée. Pour traiter les fausses informations, on peut avoir besoin d'un processus à suivre, d'un ensemble d'outils à utiliser et d'un ensemble de compétences pour aider à suivre le processus et à utiliser les outils. Parmi ces compétences, les capacités d'analyse se démarquent, car elles sont un élément clé du processus de prise de décision. Par conséquent, l'amélioration des compétences analytiques est un objectif fondamental dans la lutte contre les fausses informations.

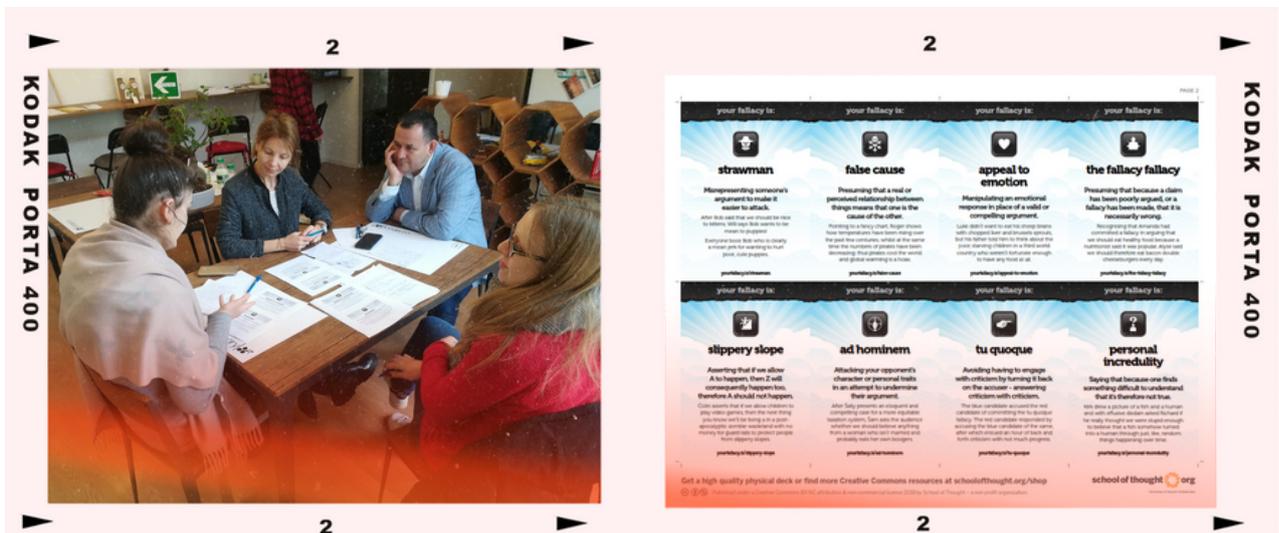
Depuis les temps anciens (Socrate, Aristote, etc.), les gens ont appris à faire preuve de compétences analytiques. Cependant, la complexité et la rapidité apportées à nos vies par l'ère numérique exigent de nouvelles méthodes de formation pour améliorer les compétences analytiques. Dans une ère en ligne et mobile, une façon d'améliorer la pensée critique est d'utiliser des applications en ligne.

D'après notre expérience de travail avec de nombreuses applications en ligne, celles-ci sont utiles, efficaces, fiables, faciles à utiliser et attrayantes, en particulier pour les jeunes. Cependant, les utilisateurs ne doivent pas oublier que ces applications sont un moyen, plutôt qu'un but en soi. Un autre point soulevé est que le fait de trop analyser et de trop insister sur l'importance de l'analyse peut conduire à la paralysie par l'analyse."

Pistes de réflexion

Voici une liste d'arguments. Définissez pour chacun d'eux de quel type d'argument fallacieux il s'agit :

- Si nous commençons à décriminaliser la marijuana, nous allons bientôt légaliser le mariage homosexuel, et alors pourquoi ne pas décriminaliser le viol ou même le légaliser ?
- Si certains dentistes recommandent cette marque de dentifrice, cela signifie qu'elle doit être bonne pour notre santé dentaire.
- Aimez l'Amérique, ou quittez-la !
- Essayez notre nouveau shampoing biologique, à l'extrait de menthe, garanti 100% naturel et sans produits chimiques !
- Si nous laissons entrer des immigrants dans notre pays, ils voleront nos emplois et détruiront notre culture !
- Nadal est plus fort que Federer : Les Espagnols sont meilleurs au tennis que les autres nations.
- Vous croyez à la théorie de l'évolution : pensez-vous vraiment que mon grand-père était un gorille ?





CRÉATION DE FAUX SITES

Solidaridad Sin Fronteras

Objectifs

- Comprendre les intentions des créateurs de fausses informations.
- Développer l'esprit critique des participants à travers les stratégies utilisées par les créateurs de fausses informations.



Matériel

- Ordinateur portable avec connexion Internet pour jouer aux jeux en ligne.
- Papiers, stylos (pour la version préliminaire)



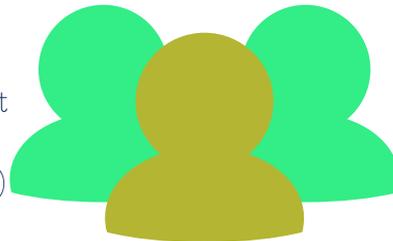
Public visé

Animateurs jeunesse et jeunes



Durée

Environ 1-2 h



Etapes de médiation

Étape 1 : divisez les participants en deux équipes. Leur tâche consistera à concevoir un site Web qui diffusera des informations fausses et sensationnelles, dans le but de gagner de l'argent en augmentant le nombre de leurs abonnés, et donc les revenus provenant de la publicité en ligne.

Étape 2 : Ils devront réfléchir au :

- Titre du site Web
- Slogan du site Web
- Type de public qu'ils vont cibler
- Type d'informations qu'ils vont publier.

Étape 3 : Chaque équipe présente son plan pour le site de fausses informations à l'ensemble du groupe.

Étape 4 : Réflexion.

La parole aux participants



"C'est incroyable de voir à quelle vitesse on peut créer un site web sans aucune connaissance en informatique. C'est effrayant de penser à ce que vous pouvez créer et diffuser si vous avez plus de ressources et de connaissances informatiques."

"Je crois que les personnes qui envoient des fake news ou créent des espaces pour les diffuser ne veulent que nuire à d'autres personnes et créer le chaos et la peur dans la société."

"Je suis désormais mieux préparé à ne pas être victime de fake news et je veux partager ces connaissances avec davantage de personnes afin de réduire les publics visés par les créateurs de fake news."

"À partir de maintenant, je vais vérifier la source des informations. Je vais lire et aller sur des sites officiels afin de ne pas être influencé par les fake news."

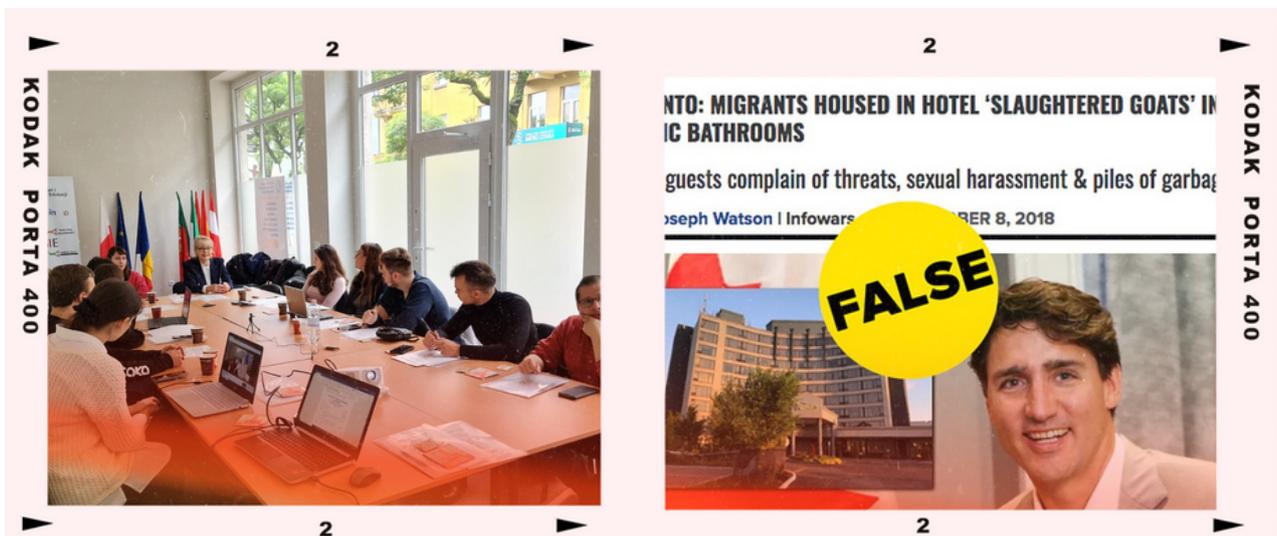
Pistes de réflexion

Que pensez-vous de la facilité de créer des sites Web pour diffuser du faux contenu ?

Après cette activité, dans quelle mesure pensez-vous qu'il est important de vérifier si un site Web est officiel ou non afin de faire confiance aux informations qu'il contient et d'éviter les arnaques et les fausses informations ?

Pensez-vous avoir les outils nécessaires pour identifier plus facilement si un site Web diffuse de fausses informations ?

D'après vous, que recherchent les personnes qui diffusent des fausses informations ou créent des espaces pour créer des fausses informations ?





CHANGER LA RÉALITÉ

Solidaridad Sin Fronteras

Objectifs

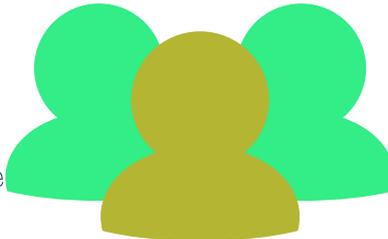
- Montrer à quel point il peut être facile de changer la réalité.
- Comprendre le pouvoir de WhatsApp sur la diffusion des fausses informations.

Public visé

Animateurs jeunesse et jeunes

Matériel

Smartphone ou tout appareil avec une connexion Internet afin d'utiliser WhatsApp.



Durée

Environ 1-2 h

Etapas de médiation

Étape 1 : L'un des participants recevra des messages WhatsApp et sera guidé par un animateur pour explorer les possibilités de les présenter de manière erronée afin de créer intentionnellement une fausse vision de la réalité.

Étape 2 : Les autres participants seront encouragés à partager leur propre expertise pour ajouter de la valeur à la session de formation.

Étape 3 : Réflexion.

La parole aux participants



"Je pense qu'il est assez impressionnant de voir avec quelle facilité on peut déformer la réalité. C'est la même chose lorsque vous racontez une histoire à quelqu'un ; à la fin, l'histoire peut n'avoir rien à voir avec ce qu'il s'est réellement passé. Si vous voulez vraiment vous renseigner sur un sujet ou si vous voulez vérifier la véracité des informations, vous devez vous adresser directement à une source fiable !"

"Je me sens mal de savoir que j'ai peut-être un jour cru, et même partagé, des informations qui n'étaient pas vraies. Désormais, j'essaierai de vérifier la véracité des choses que je partage afin de ne pas encourager la diffusion de fake news".

"Changer quelques mots d'un texte peut changer complètement le but ou l'essence d'un message".

"Nous devons réfléchir à l'importance des mots et au pouvoir qu'ils ont pour raconter des histoires ou des informations".

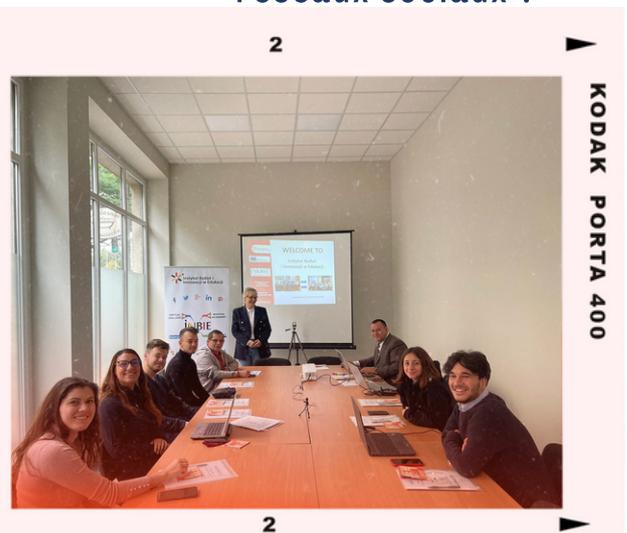
Pistes de réflexion

Vous considérez-vous comme jouant un rôle clé dans la prévention de la propagation des fake news par les réseaux sociaux ?

Pourquoi pensez-vous que les fausses informations sont générées ?

Vérifiez-vous les informations avant de les partager, sachant l'impact qu'elles ont sur la vie d'autres personnes ?

Avez-vous déjà été affecté par une fausse histoire ? Avez-vous trouvé difficile de la réfuter ?
Imaginez que vous soyez une personne migrante et que l'information soit racontée dans les médias et que des milliers de personnes la partagent sur les réseaux sociaux ?





MIGRANTS: L'IMPACT DES FAUSSES INFORMATIONS

Solidaridad Sin Fronteras

Objectifs

Comprendre l'intention des fausses informations destinées aux migrants et des fausses informations sur les migrants.

Comprendre l'effet que les fausses informations peuvent avoir sur les migrants et la société en général. Combattre les fausses informations qui peuvent rendre les migrants plus vulnérables.

Combattre les fausses informations qui peuvent provoquer le racisme et la haine.

Public visé

Animateurs jeunesse et jeunes

Matériel

Présentation Prezi
Téléphone ou ordinateur avec connexion internet pour faire les jeux en ligne
Tableau

Durée

Environ 1-2 h

Etapas de médiation

Étape 1 : Les animateurs présentent le sujet par une introduction.

Étape 2 : Les animateurs parlent des fausses informations visant les migrants.

Étape 3 : Les animateurs présentent ensuite 5 exemples de fausses informations sur les migrants et la migration en général.

Étape 4 : Une étude de cas est présentée et débattue.

La parole aux participants



Quel impact peuvent avoir les fausses informations sur les personnes migrantes ?

"La haine et l'isolement de la population au sein du pays d'accueil".

Pourquoi pensez-vous qu'il est important de lutter contre les fausses informations sur les migrants ?

"Parce qu'il y a aussi des personnes de bonne volonté parmi ces personnes."

Comment pouvons-nous signaler ou dénoncer les fausses informations lorsque nous les repérons ?

"Signaler et commenter que c'est faux".

Pour quelle raison pensez-vous que les gens ne signalent ou ne dénoncent pas généralement les fausses informations ?

"Ils passent simplement outre ces informations s'ils se rendent compte qu'elles sont fausses, mais ils ne savent pas que quelqu'un peut les croire et être manipulé".

Pistes de réflexion

Quel impact peuvent avoir les fausses informations sur les personnes migrantes ?

Pourquoi pensez-vous qu'il est important de lutter contre les fausses informations sur les migrants ?

Comment pouvons-nous signaler ou dénoncer les fausses informations lorsque nous les repérons ?

Pour quelle raison pensez-vous que les gens n'ont pas l'habitude de signaler ou de dénoncer les fausses informations ?

Avez-vous déjà dénoncé des fausses informations ? Comment ?

Lancez la série de questions et encouragez la réflexion.





UTILISER DES APPLIS POUR RECONNAÎTRE LES FAKE NEWS

**Fundacja Instytut Badan
i Innowacji w Edukacji**

Objectifs

Présentez des applications payantes qui aident les jeunes à reconnaître les fake news sur Internet.

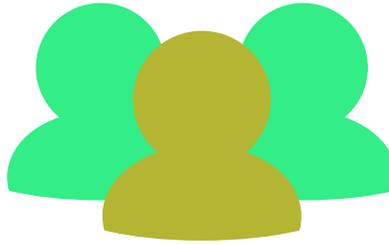
Présentation pratique d'applications de presse intelligentes pour aider les jeunes à éviter les fake news.

Public visé

Animateurs jeunesse et jeunes

Matériel

Ordinateur portable avec connexion Internet afin de travailler en ligne et d'acquérir de l'expérience dans la reconnaissance des fake news.



Durée

Environ 2 h

Etapes de médiation

Étape 1 : Le formateur présente quelques applications de presse intelligentes qui reconnaissent les fake news sur Internet :

Fajnie, że wiesz ! (C'est bien que tu saches !)

Filtre de fausses informations Oigetit (<https://oigetit.com/>)

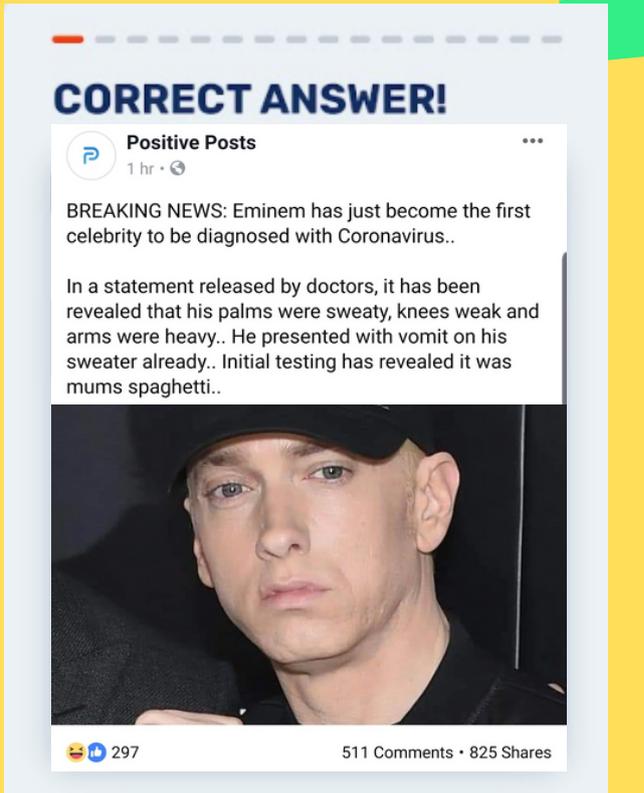
Test News : Les informations sont-elles fausses ? (Détecer les fausses informations)

Deepware | Scannez et détectez les vidéos Deepfake

Étape 2 : Divisez le groupe en petits groupes (de trois personnes) et guidez-les pour comparer les applications.

Étape 3 : La dernière étape consistera à présenter leurs résultats à l'ensemble du groupe.

La parole aux participants



Pistes de réflexion

Connaissez-vous une autre application qui peut vous aider à reconnaître les Fake News ?

Que pensez-vous du site "Fajnie, że wiesz" ?

Quelle est votre évaluation de "Deepwear" ?

Que pensez-vous de "Deepwear" et qu'avez-vous changé dans cette application ?

Comment évaluez-vous les applications actuellement disponibles sur le marché ?

Selon vous, à quoi devrait ressembler une application permettant de reconnaître les FAKE NEWS ?





MYTHES DES

RÉSEAUX SOCIAUX

Petit Pas Aps

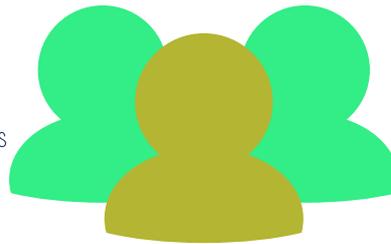
Objectifs

Au cours de cette activité, les participants développeront un plus grand sens critique sur les réseaux sociaux et seront capables d'exposer publiquement leur thèse.



Matériel

Papier adhésif, feuille avec des questions



Etapas de médiation

Public visé

Animateurs jeunesse et jeunes



Durée

Environ 1h



Étape 1 : divisez la salle d'activités en 2 zones : Le côté "d'accord" et le côté "pas d'accord".

Étape 2 : Le formateur lit 2 affirmations discutables (choisissez parmi les 8 affirmations ci-dessous).

Étape 3 : Les participants choisissent leur camp en fonction de leurs convictions.

Étape 4 : Les participants de chaque camp justifient leur position. Certains participants peuvent être convaincus de changer de camp par des arguments.

Étape 5 : Répétez le processus pour toutes les déclarations.

Étape 6 : Débriefing sur le rôle des réseaux sociaux dans nos vies et sur la façon dont les gens ont changé leur comportement depuis l'utilisation de ces réseaux.

Affirmation 1 : la technologie et les réseaux sociaux ont rendu le pouvoir aux gens.

Affirmation 2 : Il faut de la discipline pour ne pas laisser les réseaux sociaux nous voler notre temps.

Affirmation 3 : Plus nous avons de réseaux sociaux, plus nous pensons être connectés, mais en réalité nous nous déconnectons les uns des autres.

Affirmation 4 : Les réseaux sociaux réduisent les barrières sociales. Ils relient les gens sur la base des valeurs humaines, et non des identités.

Affirmation 5 : Les réseaux sociaux ne sont pas la vraie vie.

Affirmation 6 : C'est un dialogue, pas un monologue, et certaines personnes ne le comprennent pas. Les réseaux sociaux ressemblent plus à un téléphone qu'à une télévision.

Affirmation 7 : Lorsque vous rencontrez des personnes avec lesquelles vous avez interagi sur les réseaux sociaux, elles ne sont pas comme elles sont sur les réseaux sociaux.

Affirmation 8 : Je ne vis pas ma vie en cherchant la validation des gens sur les réseaux sociaux.

La parole aux participants



"Cette activité est toujours très appréciée car elle permet de développer des débats animés, donnant l'opportunité de partager des pensées et d'offrir sa propre expérience sur le sujet, aidant à développer une opinion sur le sujet même pour ceux qui n'ont pas d'idées claires."

"Discuter des mythes nous a fait prendre conscience du nombre de stéréotypes que nous avons sur de nombreux sujets. Grâce à cette activité, j'ai appris que la généralisation est en fait un moyen de manipulation."

Pistes de réflexion

Quels sont les défis que rencontrent les personnes dépendantes aux réseaux sociaux ?

Qu'avez-vous appris sur la dépendance aux réseaux sociaux au cours de cette activité ?

Avez-vous changé certaines de vos pensées ? Si oui, expliquez pourquoi.

Quel est le réseau social qui diffuse le plus de fausses informations ?





LES FAKE NEWS DEVIENNENT DE BONNES NOUVELLES

TEAM4Excellence

Objectifs

Comprendre que les informations sont fabriquées et que les informations apprises sont transformées en fausses informations ou en bonnes nouvelles.

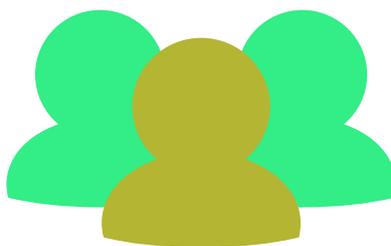
Public visé

Minimum 6 participants, jeunes âgés de 16 à 30 ans, animateurs jeunesse, enseignants



Matériel

- papiers
- stylos
- paperboard
- marqueurs
- au moins 1 téléphone ou ordinateur portable
- connexion internet



Durée

- Partie I - environ 15 minutes
- Partie II - environ 10 minutes
- Partie III - environ 20 minutes
- Débriefing - environ 20 minutes



Etapas de médiation



Cette activité est divisée en 3 parties.

- Partie I : divisez les participants en 2 ou 3 groupes, selon leur nombre. Chaque groupe doit rechercher 3 informations, dont au moins une doit être fausse. Après la recherche, chaque groupe lit les informations et les autres groupes doivent deviner lesquelles sont fausses ;
- Partie II : réflexion sur la différence entre les fausses informations et les bonnes. Il y aura 2 tableaux : un avec le titre "fake news" et le second avec le titre "bonnes nouvelles". Chaque participant remplira chaque tableau avec ce qui lui vient à l'esprit lorsqu'il entend parler de "bonnes nouvelles" et de "fausses informations" ;
- Partie III : les participants doivent transformer les fausses informations en bonnes nouvelles. Après cela, ils liront ce qu'ils ont fait. En fonction du nombre de participants, nous pouvons les diviser en 2 ou 3 groupes et chaque groupe travaillera au moins sur une fausse information.

Évaluation :

- Observation pendant l'activité de groupe
- Réflexion personnelle



La parole aux participants



Comment reconnaître une fausse information ?

"Tout d'abord, vous devriez analyser qui est l'auteur d'un post/information donné. Ensuite, vous pourriez réfléchir au nombre de faits qui correspondent avec la vérité générale et si cette personne a d'autres articles/posts qui se sont avérés être des fausses informations."

Que faire quand on repère une fausse information ?

"Ne l'ignorez pas, car il y a sûrement des gens qui n'ont pas réalisé qu'il s'agissait d'une fausse information. Ils peuvent la partager avec d'autres personnes et contribuer à la diffusion des fausses informations. Donc, avertissez et signalez immédiatement les fausses informations."

"Ajoutez un commentaire avec des preuves que cette information est fausse pour avertir d'autres lecteurs plus jeunes ou plus âgés."

Pistes de réflexion

Comment vous sentez-vous ?

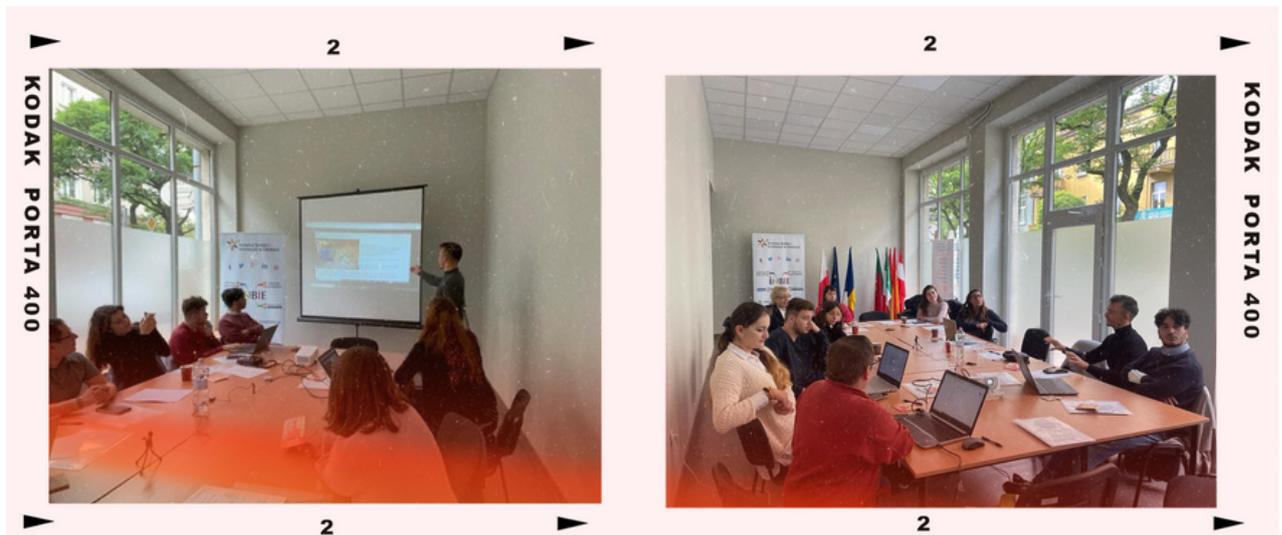
Comment s'est déroulé le processus ?

Qu'avez-vous appris ?

De quoi avez-vous besoin pour avoir des informations correctes ?

Comment pouvons-nous reconnaître les fausses informations ?

Que faisons-nous lorsque nous découvrons qu'un article est faux ?





SÛRETÉ, SÉCURITÉ ET VIE PRIVÉE

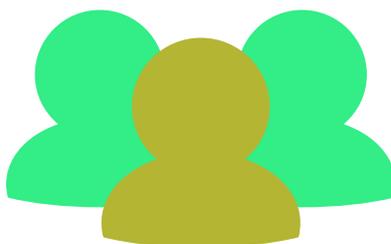
Petit Pas Aps

Objectifs

Au cours de cette activité, les participants acquerront plus de connaissances et de compétences sur la SÛRETÉ, la SÉCURITÉ et la VIE PRIVÉE.

Matériel

Espace pour la scène du théâtre,
bonne ambiance



Etapes de médiation

Target Group

Youth workers and Youth

Durée

Environ 2h

PARTIE 1

L'animateur divise les participants en groupes et leur attribue un mot-clé. Après avoir discuté du sujet en groupe, ils créent une scène de théâtre où ils vont représenter ce mot-clé.

PARTIE 2

A. Partage - Illustration de la façon dont le partage des informations, même par le bouche à oreille, peut être dangereux si vous ne connaissez pas un sujet.

B. Questions de confidentialité

C. Escroqueries - Illustrer comment repérer les contenus frauduleux sur les services de réseaux sociaux et les conséquences potentielles d'être victime de ces stratagèmes.

D. Permanence de l'information (la plupart du temps, ce qui apparaît en ligne tend à y rester pour toujours, a un impact sur la perception du public et n'est pas quelque chose que vous pouvez toujours contrôler).

PARTIE 3

Après avoir représenté le mot-clé, une discussion est organisée sur le sujet et sur la représentation, à partir de laquelle les participants proposent 10 conseils pour une utilisation sûre des réseaux sociaux.

La parole aux participants



Pour quels types de communication pensez-vous que les réseaux sociaux sont les meilleurs ?

"Intercommunication entre les personnes, communication massive, informations politiques, actualité."

Quel type d'informations est-il approprié de partager et lesquels ne le sont pas ?

"Des informations fiables qui doivent être vérifiées par tout le monde. Faites attention au public visé !"

10 conseils pour la sécurité des jeunes sur les réseaux sociaux :

- Ne faites pas confiance à tout
- Vérifiez toujours
- N'enregistrez pas votre identifiant et votre mot de passe
- N'envoyez pas les détails de votre carte de crédit à qui que ce soit.
- Ne vous limitez pas à lire le titre du site.
- N'envoyez pas de photos
- Dans la mesure du possible, utilisez uniquement des pages de confiance
- Vérifiez les sources
- Le mot de passe doit toujours être long et ne doit pas être partagé.
- Utilisez un mot de passe différent pour chaque compte.

Pistes de réflexion

Comment agir lorsque nous remarquons des cas d'escroquerie ?

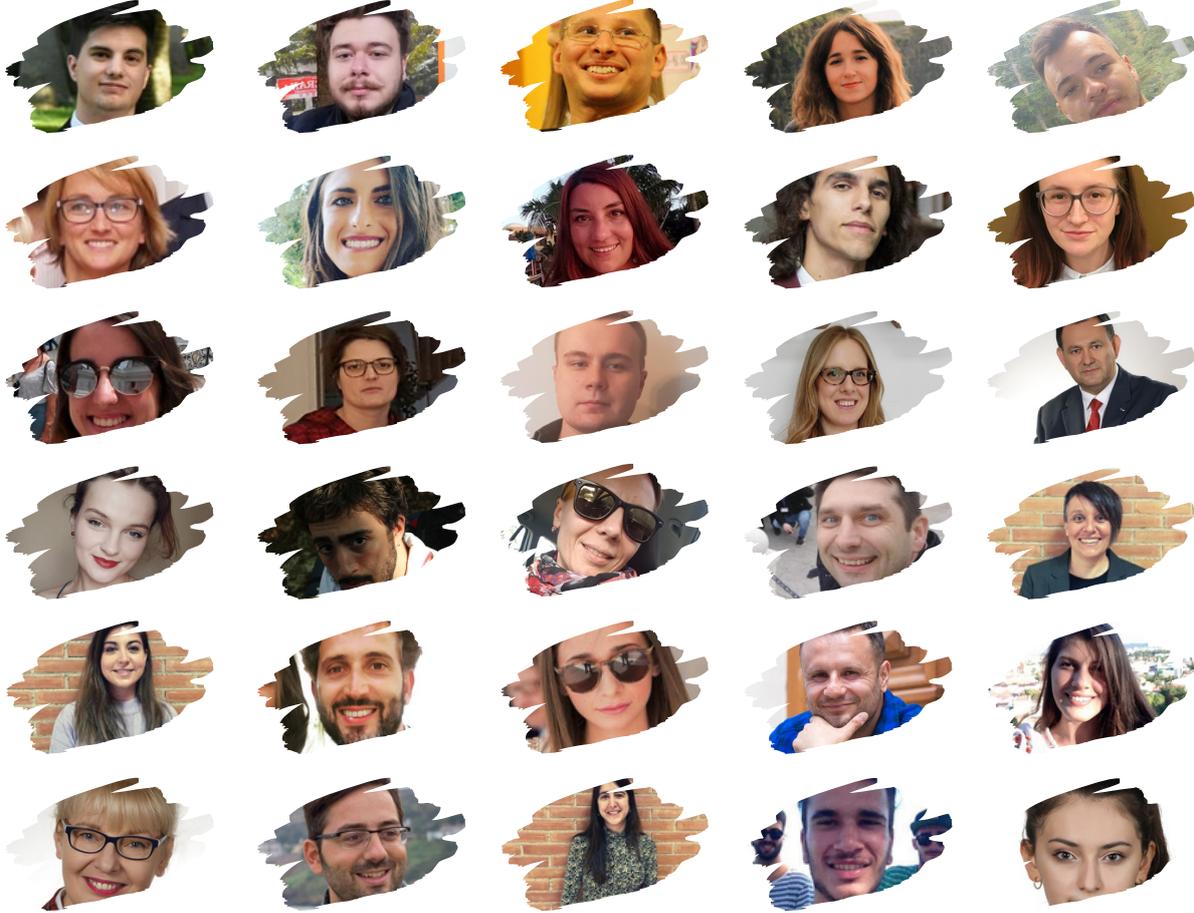
Comment protéger notre vie privée en ligne ?

Comment gérer les informations qui restent en ligne pour toujours ?





Erasmus+



ÉQUIPE ÉDITORIALE

RÉDACTRICE EN CHEF: NICOLETA ACOMI

EDITEURS: ADRIAN MARTIN, ALEXANDRU APOSTOL, ALEXANDRU IVANCIU, ANA VELASCO GARCIA, ANTONIO PETCU, BIANCA CIUREA, DOINA MELNIC, DOMITILE HOCC, FABIOLA PORCELLI, FRANCESCA DADOMO, FRANCOIS TOCQUEVILLE, GABRIELA DADERSKA, IRENE SORIA LOPEZ, JOAN DEAS, KACPER KOTLEWSKI, LAURA AMORUSO, LUCA PASQUADIBISCEGLIE, LUIS OCHOA, MARCO CORTELLINO, OVIDIU ACOMI, PAULA MARQUEZ, RAQUEL JIMENEZ, RENATA OCHOA- DARDESKA, SAVINO RICCHIUTO, SERENA TORTOSA, STEFAN BUGU, STEFANIA JIGA, ELÉANORE MÉDARD

TRAINING CLUB MAGAZINE

ISSN 2668-9901
ISSN-L 2668-9901

[HTTPS://TRAININGCLUB.EU/MAGAZINE/](https://trainingclub.eu/magazine/)



WEB: WWW.TRAININGCLUB.EU

TEL: +40723194474

EMAIL: OFFICE@TEAM4EXCELLENCE.RO

ADRESSE: 26 STRAJERULUI
900204, CONSTANTA
ROUMANIE



Clause de non-responsabilité : Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui n'engage que ses auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qu'elle contient.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

