



**Erasmus+**

**Training Club.eu**

**TEAM 4  
excellence**

## Cuprins

Partenerii noștri	2
Din contră	4
Ce se spune pe Internet	6
Zvonul	8
Harta rețelelor de socializare	10
Cuvinte cheie pentru implicarea tinerilor	12
Impactul știrilor false	14
Spuneți nu greșelilor logice	16
Crearea de site-uri web false	18
Schimbând realitatea	20
Migranți: Impactul știrilor false	22
Utilizarea aplicațiilor pentru a recunoaște știrile false	24
Mituri Social Media	26
Știrile false devin știri bune	28
Siguranță, securitate și confidențialitate	30



**Together  
Everyone  
Achieves  
More**

# Training Club Magazine

## Training Club Magazine

**No. 4  
2021**

### - #NoFakeNews -

Diversitatea știrilor distribuite prin intermediul canalelor de comunicare din social media expune cetățenii la dezinformare pe scară largă, inclusiv la informații înșelătoare și false. Un consorțiu format din cinci organizații europene a fost înființat pentru

punerea în aplicare a proiectului Erasmus+ "Empowering youth to critically analyze fake news". Cu scopul de a spori capacitatea lucrătorilor de tineret și a organizațiilor de tineret de a sprijini tinerii să interpreteze, să analizeze și să evaluateze mesajele media, aceștia organizează ateliere de lucru, webinarii și cursuri de formare.

Colecția de bune practici și soluții pentru a le permite tinerilor să evaluateze știrile false și să detecteze campaniile de dezinformare pe rețelele de socializare este inclusă în această revistă.



**TEAM4Excellence permite comunității de tineri să împărtășească valori și responsabilități comune prin experiențe cu tineri cetățeni europeni.**

**Viziunea noastră este de a împărtăși și de a implica comunitatea locală. Lucrăm cu voluntari europeni și le oferim posibilitatea de a deveni educatori și mentorii și de a forma oameni care să împărtășească valori comune.**

**Pentru Europa și pentru lume.**

**Peste 1000 de tineri din Constanța și aproximativ 100 de tineri europeni beneficiază de activitățile noastre în fiecare an. Împreună este mai bine!**



**Erasmus+**

**T**raining  
Club.eu

**T**4 **TEAM 4**  
excellence

**T**4 **TEAM 4**  
excellence

Coordonatori de proiect. Asociația Team4Excellence (România) este o organizație din Constanța care se concentrează pe construirea unei comunități de tineri cetățeni cu ajutorul cooperării europene prin intermediul Corpului European de Solidaritate și Erasmus+. T4E împărtășește și implică comunitatea locală, oferind posibilitatea de a deveni educator sau mentor și de a forma viitorii tineri care să împărtășească aceleși valori.

T4E operează sub numele de marcă TRAININGCLUB.EU.



Fundația "Instytut Badań i Innowacji w Edukacji" (Polonia) este un ONG care promovează egalitatea de șanse în educație pentru toate grupurile sociale, luptă împotriva excluziunii sociale și sprijină tinerii cu risc de marginalizare. INBIE cooperează îndeaproape cu instituțiile de învățământ formal și non-formal, cu autoritățile locale și cu Centrul Częstochowa al organizațiilor neguvernamentale.



Centrele de formare pentru metode de educație activă (Franța) sunt o organizație recunoscută de utilitate publică, complementară educației publice. Asociația, susținută în permanentă de munca de cercetare-acțiune, pune în aplicare principiile educației noi prin metode de educație activă. CEMEA au ales formarea ca principală pârghie de acțiune pentru a transforma societatea și doresc să fie o organizație de activiști în domeniu, activi și creativi.



Asociația de promovare socială Petit Pas (Italia) este o realitate asociativă structurată, cu un număr mare de asociați și voluntari care i-au îmbrățișat misiunea, recunoscând importanța unor societăți incluzive, pașnice și echitabile.

Petit Pas își propune să doteze comunitatea locală și cea din jur cu informațiile și competențele potrivite care să le permită accesul pe piața muncii și să le crească șansele de progres.



Solidaridad Sin Fronteras (Spania) contribuie la dezvoltarea, integrarea și bunăstarea celor mai vulnerabile grupuri, promovând toleranță, justiția și responsabilitatea socială în cooperare cu alte organizații și instituții publice.

SSF lucrează în strânsă colaborare cu Direcția de Servicii Sociale și Integrare Socială a regiunii Madrid, administrația publică și municipalitățile, centrele educationale, organizațiile și companiile publice și private.



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

Recunoaștere

Această revistă a beneficiat de co-finanțare din partea Uniunii Europene, în cadrul programului ERASMUS+, pentru implementarea proiectului "Empowering youth to critically analyze fake news", Grant Agreement—2019-2-RO01-KA205-064070.



Erasmus+

T Training Club.eu

T4 TEAM 4  
excellence



**Instytut Badań i Innowacji w Edukacji (Polonia)**



**Solidaridad Sin Fronteras (Spania)**



**Petit Pas Aps (Italia)**



**CEMEA Rhone-Alpes (Franța)**



**TEAM4Excellence (România)**



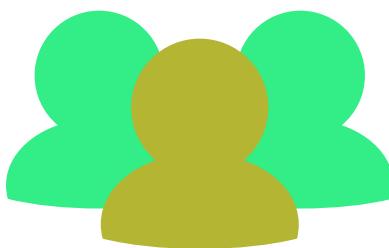


### Scop

Scopul acestui atelier este de a demonstra cum funcționează prejudecata retrospectivă. Acest lucru va contribui la dezvoltarea gândirii critice a participanților prin intermediul învățării prin experiență.

### Materiale

Pixuri, hârtie A3, post-it-uri colorate.



### TEAM4Excellence

### Grup țintă

Tineri, elevi, studenți.  
Numărul de participanți poate varia de la 8 la 30.

### Timp

50 minute.



### Debriefing

1. Împărțiți participanții în două grupuri.
2. Selectați o pereche de proverbe care se contrazic între ele. De exemplu: Privește înainte de a sări; Cel care ezită este pierdut.
3. Distribuiți câte un proverb fiecărui grup.
4. Explicați sarcina. Rugați fiecare participant să se gândească la exemple și explicații care să susțină proverbul. Anunțați o limită de timp pentru această activitate independentă.
5. Cereti participanților să își prezinte gândurile în grupurile lor.
6. Adunați cele două grupuri.
7. Cereti ambelor grupuri să își prezinte exemplele și explicațiile pentru a dovedi că proverbele conțin un adevăr evident.
8. Invitați participanții să prezinte mai multe exemple și explicații în sprijinul oricărui dintre proverbe.

1. Explicați că gândirea logică ne-ar face să credem că ambele nu pot fi valabile în același timp.
2. Sugerați că, odată ce acceptăm un principiu, avem impresia că îl cunoaștem de la început.
3. Prezentați această afirmație a lui Niels Bohr: "Opusul unui adevăr profund poate fi un alt adevăr profund". Discutați cum este posibil ca două principii contradictorii să fie valabile în contexte diferite.
4. Rugați participanții să împărtășească alte perechi de proverbe care se contrazic între ele.



## Vocea participantilor



"Am observat că, atunci când oamenii învață sau acceptă o afirmație, nu au nicio dificultate în a veni cu dovezi în sprijinul acesteia."

"Participanții au înțeles că știrile false și alte tipuri de informații false pot lua diferite fețe."

"Ne așteptăm ca participanții să fie mai conștienți de importanța sursei informațiilor legate de știri."

## Exemple de perechi de proverbe care se contrazic între ele

**Privește înainte de a sări.  
Cel care ezită este pierdut.**

**Atasează-ți căruta de o stea.  
Nu mușca mai mult decât poți mesteca.**

**O cusătură la timp salvează nouă.  
Dacă nu e stricat, nu-l repară.**

**Absența face ca inima să se îndrăgostească.  
Nu te mai vezi, nu te mai gândești.**

**Păsările de o pană se adună.  
Opusurile se atrag.**





# CE SE SPUNE PE INTERNET

## Solidaridad Sin Fronteras



### Scop

Să înțeleagă puterea spațiului virtual (internet și rețelele sociale) de a răspândi și viraliza conținuturi și idei care pot descrie sau influența modul în care îi înțelegem pe ceilalți.



### Materiale

Orice dispozitiv cu o conexiune la internet; calculatoare, smartphone-uri, tablete... Cel mai important este să fie posibilă o navigare paralelă din diferite grupuri de lucru.



### Grup Tintă

Lucrători de tineret și tineri.



### Timp

Aproximativ 1 oră.



### Etape de facilitare

Pasul 1: Căutați informații în motorul de căutare Google despre diferite grupuri cu o frază care are o construcție simplă de genul: "Cei de la ----are----" / "Femeile/femeile sunt" / "Persoanele LGBTI sunt" / "Țiganii sunt" / "Imigranții vin" / "Tinerii sunt"

Pasul 2: Motorul de căutare Google tinde să completeze aceste fraze pe măsură ce sunt tastate. Aceasta este ceea ce se numește "predictii", "căutări predictive" sau "autocompletare" și este o opțiune care poate fi dezactivată. Interrogările de căutare oferite de funcția "Autocompletare" reflectă activitatea de căutare a tuturor utilizatorilor de internet și conținutul paginilor web indexate de Google. Dacă sunteți conectat la un cont Google privat și dacă este activat istoricul web, este posibil să vedeti sugestii de interogări bazate pe căutări relevante efectuate anterior.

Pasul 3: Exercițiul constă în găsi aceste propoziții și a vorbi despre ele.



## Vocea participantilor



"Este foarte interesant să vedem cât de influențați suntem în legătură cu anumite subiecte. Este important să fim conștienți de acest lucru pentru a opri răspândirea stereotipurilor și ideilor negative."

"Am fost uimit de faptul că atât de multe stereotipuri apar atunci când faci o simplă căutare pe internet și de modul în care suntem influențați de acestea fără să ne dăm seama cu adevărat."

"Trebuie să fie foarte greu pentru aceste persoane să vadă că sunt atât de stereotipate și că societatea crede în majoritatea acestor idei false și prejudecăți generalizate. Avem puterea de a opri acest lucru și trebuie să o facem."

## Idei și întrebări pentru reflecție

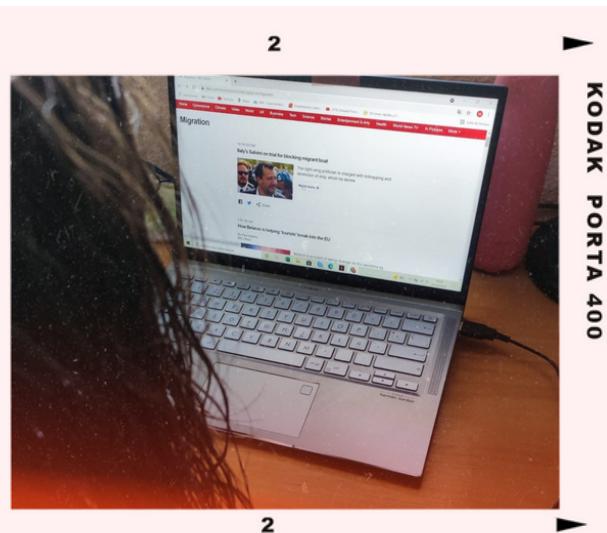
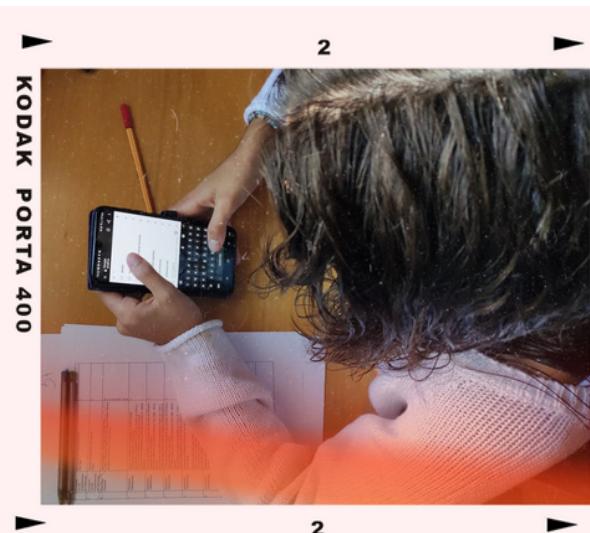
Cum a decurs explorarea?

Ați fost surprinși de rezultate?

Credeți că poate avea un efect asupra persoanelor care găsesc aceste fraze în căutările lor?

Folosiți unele dintre aceste fraze sau etichete pe celealte rețele sociale.

Căutați, de exemplu, "imigrant" pe YouTube și vedeți care sunt primele cinci intrări și ce fel de informații sunt adresate acestui grup.





# ZVONUL

**Solidaridad Sin Fronteras**

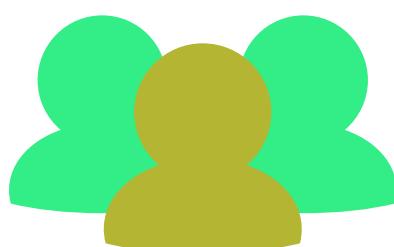


## Scop

Reflectați asupra denaturării unui mesaj care apare din cauza lipsei de claritate a acestuia. În general, ceea ce atrage cel mai mult atenția sau ceea ce este considerat cel mai important rămâne în memorie.

## Grup Tintă

Lucrători de tineret și tineri.



## Materiale

Smartphone sau orice dispozitiv cu o conexiune la internet pentru a utiliza WhatsApp.



## Timp

Aproximativ 1 oră.



## Etape de facilitare

Pasul 1: Facilitatorii pregătesc un mesaj scris și îl trimit în grupul WhatsApp al proiectului.

Pasul 2: Cel puțin 4 voluntari sunt selectați pentru a fi actori în această activitate. Toți, cu excepția primului, părăsesc sala și așteaptă afară. Restul clasei asistă la procesul de distorsionare care are loc mesajului; sarcina lor este, de asemenea, să noteze ceea ce variază față de versiunea inițială.

Pasul 3: Coordonatorul citește mesajul către nr.1, apoi îl cheamă pe nr.2. Nr.1 îi comunică lui Nr.2 ceea ce i-a fost citit, fără ajutorul nimănui. Și așa mai departe, până când trec toate persoanele care așteaptă afară.

Pasul 4: Ultima persoană, în loc să repete mesajul oral, îl scrie pe tablă. La rândul său, moderatorul va scrie mesajul original pentru comparație.

**Vocea participantilor**

"De obicei, ne concentrăm pe diferite aspecte ale comunicării, amintindu-ne de acele aspecte pe care NOI considerăm că ar trebui să le întrebăm."

Mulți cursanți s-au FOCALIZAT pe numărul de pasageri, fără să își amintească numărul de porturi de escală sau numele acestora.

Presupunerea aspectelor care sunt cele mai importante și critice poate duce la o FOCALIZARE INCORECTĂ a atenției.

Astfel, este important să păstrăm întotdeauna o MINTE DESCHISĂ și să nu fim selectivi în colectarea informațiilor."

**Idei și întrebări pentru reflecție**

**Ce s-a întâmplat? Vi s-a întâmplat vreodată ceva similar?**

**De ce credeți că are loc acest fenomen?**

**Vorbeau despre voi sau ați fost voi cei care transmis un mesaj distorsionat?**

**Care au fost consecințele? Cum v-ați simțit când ați realizat eroarea? Ce ați învățat pentru următoarele ocazii?**

Realitatea cântărește tone. Sunt dificil de reținut și de percepție toate detaliile, motiv pentru care informația este redusă, distorsionată, asimilată parțial sau amestecată cu alte date.

Mesaj inițial "Nava Queen Mary părăsește portul Greenwich, Londra, cu 4 pasageri și se oprește la Amsterdam, unde alți 10 pasageri au urcat la bord. Apoi se oprește la canalul Kiel și se îmbarcă încă 3 pasageri. Următoarea oprire este în portul Copenhaga, unde 2 pasageri părăsesc nava și se îmbarcă 20 de pasageri. Queen Mary își continuă călătoria până la Helsinki, unde toți pasagerii au debărcat."

Întrebări posibile:

- o Care a fost portul de plecare?
- o Câți pasageri au părăsit nava la Copenhaga?
- o Câți pasageri s-au îmbarcat la Amsterdam?
- o Câte porturi de escală au fost în total?
- o Câți pasageri au părăsit nava în ultimul port de escală?

CONCURS  
CAPITAN PE NAVA VICTORIU  
27 NOIEMBRIE 2016



**Erasmus+**

**Training Club.eu**

**TEAM 4  
excellence**



# HARTA REȚELELOR DE SOCIALIZARE

**Petit Pas Aps**



## Scop

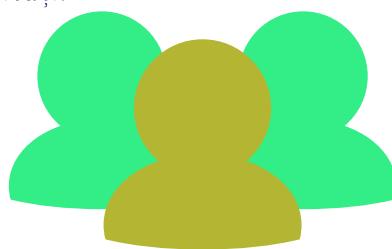
Încurajați participanții să exploreze noile caracteristici ale rețelelor de socializare, politicile de siguranță ale acestora și, de asemenea, setările lor.

Înțelegeți care este rețeaua socială în care circulă cele mai multe știri false și cum să le evitați.



## Materiale

Smartphone sau orice dispozitiv cu conexiune la internet;  
Hârtie A4 și flipchart.



## Grup Țintă

Lucrători de tineret și tineri.



## Timp

Aproximativ 1-2 ore.



## Etape de facilitare

Pasul 1: Distribuiți participanții în grupuri. Fiecare grup va reprezenta "Ambasadorii rețelelor/aplicațiilor Social Media". Lăsați fiecare grup să aleagă o aplicație: Snapchat, Facebook, LinkedIn, Instagram, Pinterest, WhatsApp etc.

Pasul 2: Fiecare grup va avea la dispoziție 45 de minute pentru a face brainstorming și a căuta informații despre "Rețeaua/aplicațiile preferate de social media" și pentru a pregăti un poster cu date cheie, cifre, informații noi, știri false, setări care s-au schimbat în ultimul an.

Pasul 3: După brainstorming, grupurile creează prezentări pentru a-și prezenta rețeaua socială. Fiecare grup va avea la dispoziție maximum 5 minute pentru prezentare. La finalul tuturor prezentărilor, definiți pe ce rețea socială circulă cele mai multe știri false.

Pasul 4: Sesiune de reflectie. Folosiți întrebările de reflectie pentru a ghida participanții în explorarea gândurilor și sentimentelor.



## Vocea participantilor

### De ce sunt știrile false atât de populare?

"În zilele noastre, oamenii petrec zilnic timp pentru a citi, da like, împărtăși sau comenta pe rețelele de socializare, deoarece au nevoie de interacțiuni sociale în viațile lor. Cu atât de multe informații care circulă online, este dificil să se controleze calitatea a ceea ce se răspândește."

Așa cum a arătat atelierul nostru, unele dintre informații sunt false. Știrile false pot apărea în mod neintenționat din partea unor persoane sau pot fi aduse cu diverse intenții (de exemplu, marketing, vânzări, alegeri).

Atunci când utilizatorii rețelelor de socializare găsesc o informație care le place sau care îi interesează, o împărtășesc celorlalți, creând uneori un bulgăre de zăpadă viral. Nevoia internă a oamenilor de a aprecia ceea ce alțora le-a plăcut deja este cea care răspândește și mai mult știrile false.

Majoritatea oamenilor spun că nu doresc să răspândească știri false; ei cred cu tărie că împărtășesc povești și fapte adevărate. Cu toate acestea, dacă îi întrebați cum verifică știrile, nu vor ști ce să spună. O mai mare conștientizare a subiectului ar putea să-i facă pe oameni mai precauți."

## Idei și întrebări pentru reflectie

Cât de sigure sunt rețelele de socializare? Este vreuna dintre ele ferită de știri false?

De ce oamenii răspândesc știri false pe rețelele de socializare?

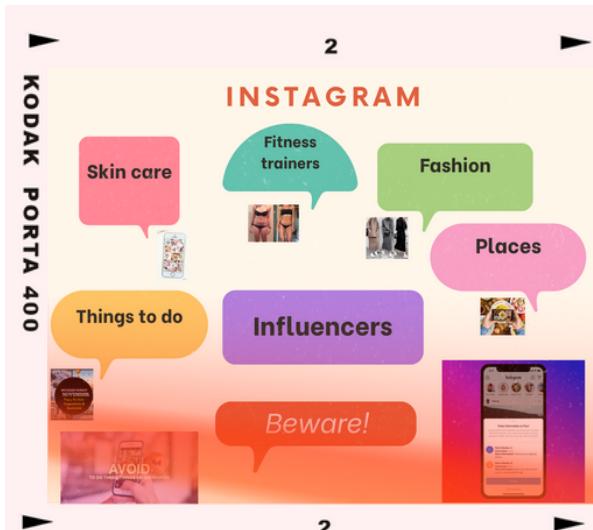
Care rețele de socializare răspândesc mai multe știri false și de ce?

Ce fac administratorii rețelelor de socializare pentru a limita cantitatea de știri false?

Ce trebuie să facem pentru a evita răspândirea știrilor false?

Cum putem educa cel mai bine oamenii pentru a evita știrile false?

Sunt rețelele sociale un rău necesar?  
De ce? De ce sunt atât de populare știrile false?



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

KODAK PORTA 400





**Erasmus+**

**Training Club.eu**

**TEAM 4  
excellence**



# **CUVINTE CHEIE PENTRU IMPLICAREA TINERILOR TEAM4Excellence**

## **Scop**

Înțelegerea procesului de alegere a cuvintelor cheie pentru gestionarea conținutului.

Crearea unei liste de cuvinte cheie pentru subiectul "Formare în domeniul știrilor false".

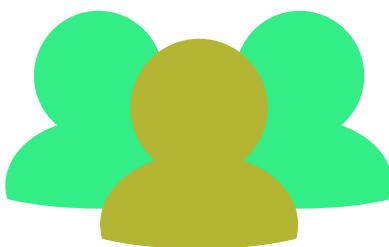
## **Grup țintă**

Lucrători de tineret și tineri.



## **Materiale**

Fișier Excel - planificator de cuvinte cheie;  
Laptop, proiectoare;  
Pix, caiet de notițe/hârtie albă  
Flipchart, hârtie.



## **Timp**

Aproximativ 3-4 ore.



## **Etape de facilitare**



1. Găsiți principalele 20 de cuvinte care definesc un anumit subiect, de exemplu: cursuri de formare în domeniul știrilor false. Gândiți-vă la obiective, valori, lucruri care vă definesc, grupuri țintă, segmentare geografică, criterii și cuvinte de familie (folosiți 5WH în harta mentală), companie, associație. Scrieți-le în 20 de coloane într-o foaie de calcul.
2. Fiecare participant găsește și notează în foaia de calcul 20+ sinonime pentru fiecare dintre cele 20 de cuvinte de mai sus.
3. Prezentați toate cuvintele-cheie. Unul dintre participanți va consolida toate cuvintele într-o singură foaie de calcul și va elimina dublurile.
4. Alegeti primele 5 din toate cele 20 de categorii de cuvinte.

## **Cum să folosiți acest lucru mai departe?**

Pentru un articol de blog: H1: folosiți 1 din cele 20 de cuvinte cheie din partea de sus a tabelului; H2: folosiți 3 din primele 5 cuvinte cheie; H3: Folosiți 1 din cele 20 de cuvinte cheie din partea de sus a tabelului + Folosiți 1 din primele 5 cuvinte cheie + Folosiți 3 din primele 100 de cuvinte cheie.

Pentru o postare în social media: Alegeti 3-5 cuvinte cheie pentru a vă descrie postarea; Cel mai bun sfat este să folosiți unul din toate topurile dacă folosiți 5. Dacă folosiți 3, alegeti unul dintre cele trei topuri.



## Voceea participantilor



### Cum puteți folosi cuvintele cheie în comunicarea organizației voastre?

"Pentru a alege și a folosi cuvintele cheie în comunicarea organizației noastre, ne gândim de obicei la cine este publicul nostru țintă și ce caută. Așadar, cuvintele-cheie depind de lucrurile pe care dorim să le comunicăm (de exemplu, comunicarea informațiilor despre un anumit curs de formare sau despre o oportunitate de voluntariat etc.)."

După ce am adunat informații de la publicul țintă și avem o idee despre ceea ce caută oamenii, ne gândim la o serie de cuvinte-cheie care au legătură nu doar cu publicul țintă, ci care reflectă și identitatea organizației noastre, de exemplu valorile, obiectivele și ceea ce ne definește în general.

De asemenea, depinde și de mediile pe care le folosim, de exemplu, în Instagram folosim mai multe cuvinte cheie, iar în LinkedIn nu folosim prea multe cuvinte cheie."

## Idei și întrebări pentru reflecție

Google vă arată întotdeauna cel mai bun conținut? Cum rămâne cu anunțurile Google?

Cum puteți folosi cuvintele cheie în comunicarea organizației voastre?

Cum vă puteți proteja de căderea din primele apariții în Google?

Cum puteți folosi atelierul de cuvinte cheie în organizația voastră?

Cum vă pot aduce SEO și cuvintele cheie pe o pagină pentru a citi informații false?

Împărtăți participanții în grupuri și încurajați reflecția în grup.

**KODAK PORTA 400**

2

**KODAK PORTA 400**

2

The hand-drawn diagram illustrates the search engine landscape with the following notes:

- Google: 2019 market share
- Bing accounts for 33%
- Yahoo's search sees over 600m users on mobile
- Baidu accounts for over 75% of China search market
- Yandex: 65% of total Russian search
- DuckDuckGo: 50% of search
- 74% worldwide laptop and desktop usage
- 78.11% of all core desktop search queries (US)
- 93% of all organic search engines visits (US)
- 90% of mobile search queries from Google
- 60% of Google visitors from mobile devices
- Is Google always showing you the best content? What about Google Ads?
- Gets the largest number of visitors (US)



Erasmus+

Training Club.eu

TEAM 4  
excellence



# IMPACTUL ȘTIRILOR FALSE

Solidaridad Sin Fronteras



## Scop

Sensibilizarea oamenilor cu privire la impactul pe care îl pot genera știrile false.

Oferirea de ajutor în înțelegerea puterii internetului și a rețelelor sociale de a răspândi și viraliza conținuturi și idei care pot influența modul în care îi înțelegem pe ceilalți oameni.

Oferirea de ajutor în reflecția asupra denaturării unui mesaj care apare din cauza faptului că acesta nu este clar.



## Materiale

Prezentare Prezi + Tablă

Telefon cu conexiune la internet pentru a putea juca jocurile online.



## Grup țintă

Lucrători de tineret și tineri.



## Timp

Aproximativ 1-2 ore.



## Etape de facilitare

Pasul 1: Facilitatorii prezintă subiectul și fac un joc inițial pentru a sparge gheăța.

Pasul 2: Apoi, facilitatorii prezintă partea teoretică și încep o dezbatere.

Pasul 3: Se desfășoară 3 jocuri:

- Joc de rol
- Zvonul
- Ce se spune pe internet

Pasul 4: Testul Kahoot este folosit pentru a evalua ceea ce au învățat participanții în timpul atelierului.

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

Pasul 5: Reflecție.





## Voceea participantilor



**Ce impact credeți că au știrile false asupra societății?**

"Fenomenul știrilor false contribuie la creșterea nivelului de anxietate și provoacă un impact negativ la nivel social, de exemplu în ceea ce privește încrederea în rolul expertilor.

De fapt, Federația Italiană a Psihologilor organizează aproape săptămânal emisiuni live pe Facebook pe tema știrilor false, în timpul cărora este posibilă și interacțiunea cu vorbitorii. Acest lucru contribuie astfel la crearea unei informări sănătoase cu privire la social media.

Un alt lucru important este că, prin intermediul social media, știrile publice și cele private sunt amestecate într-un mod tulburător de omogen și din acest motiv nivelul de profunzime al știrilor publice nu are importanță cuvenită. Important este să dăm un semnal de participare pentru a nu rămâne în afara acestei bule."

## Idei și întrebări pentru reflectie

Cât de important este ca un subiect să fie pe agenda publică?

Cum credeți că știrile false pot discrimina persoanele LGTBI și femeile?

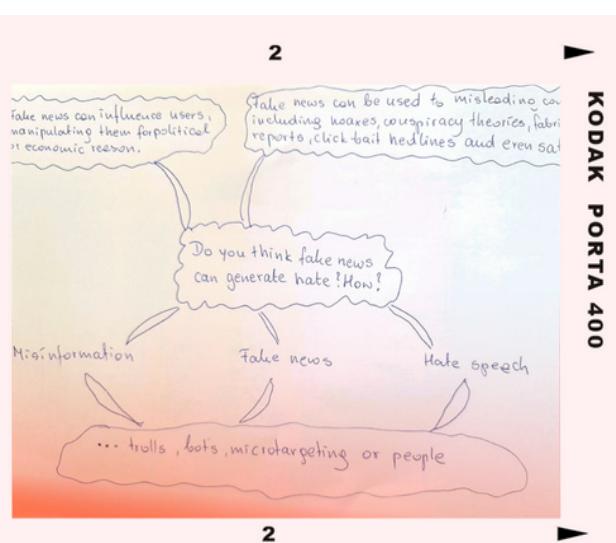
Cum credeți că știrile false au un impact asupra societății noastre?

Cum pot fi tinerii mai conștienți de acest impact negativ?

Credeți că știrile false pot genera ură? Cum?

Cum putem lupta împotriva urii pe care o pot genera știrile false?

Lansați setul de întrebări și încurajați reflectia.

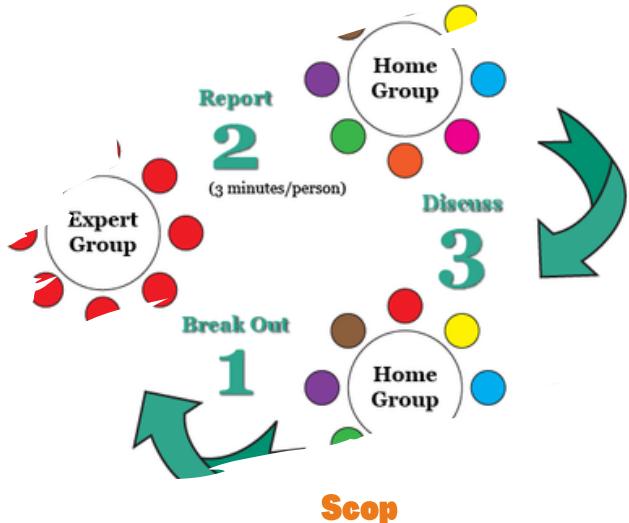




**Erasmus+**

**T** **Training Club.eu**

**T4 TEAM 4**  
excellence



Să identifice și să semnaleze logica dubioasă oriunde ar apărea, pentru a nu fi păcăliți.

Să dezvolte gândirea critică a participanților prin învățarea experimentală cu privire la argumentele eronate prezente în mod covârșitor pe internet, în special pe rețelele de socializare și în presa digitală.

### Materiale

Pixuri, hârtie A3, post-it-uri colorate, foi tipărite 2x4 sau 3x4 conținând 2 argumente false diferite, test de evaluare tipărit.



### Timp

Aproximativ 2-3 ore.

### Etape de facilitare

Pasul 1: Descoperirea contextului (15 min). Adunați participanții pe grupuri Jigsaw. Fiecare grup primește un set de fișe (fiecare participant/ o fișă conține descrierea a 2 argumente falacioase diferite):

- **Apel la autoritate / Anecdotică**
- **Apel la emoție / Strawman**
- **Apel la natură / Dilemă falsă**
- **Bandwagon / Panta alunecoasă**

Pasul 2: Discuții cu experții (30 min). Participanții sunt reuniți pe grupuri de expertiză pentru a stăpâni conținutul fișei lor specifice. Ei vor discuta, vor face schimb, vor lua notițe, vor inventa noi exemple etc. După această etapă, ei vor fi considerați "experți" ai fișei lor și vor trebui să fie capabili să explice cele 2 argumente eronate celorlalți participanți care nu au avut aceeași fișă.

Pasul 3: Schimbul de cunoștințe (30 min). Grupurile Jigsaw inițiale sunt reformate. Scopul este acum ca fiecare dintre aceste grupuri să stăpânească în mod colectiv conținutul fiecărei fișe. Fiecare "expert" trebuie să explice fișa restului grupului său și să îi instruiască.

Pasul 4. Crearea colectivă a producției (40 min). Fiecare grup Jigsaw creează și execută o sarcină/activitate colectivă pentru a pune în practică cunoștințele. Scopul este de a folosi argumente falacioase pentru a se asigura că toată lumea le înțelege.

Pasul 5. Test de evaluare.

# SPUNETI NU, GREŞELILOR LOGICE

**CEMEA Rhone Alpes**

### Grup țintă

Lucrători de tineret și tineri (8-12).



**Erasmus+**

**Training Club.eu**

**TEAM 4  
excellence**

## Voceea participantilor



*“Ştirile false sunt o provocare cu care se confruntă societatea modernă. În timp ce se confruntă cu ştirile false, cineva poate avea nevoie de un proces de urmat, de un set de instrumente și de un set de competențe. Competențele analitice sunt un facilitator în procesul de luare a deciziilor. Îmbunătățirea abilităților analitice este un obiectiv fundamental în timp ce se ocupă de ştirile false.*

*Din cele mai vechi timpuri, oamenii au fost învățați despre abilitățile analitice (de exemplu, Socrate, Aristotel etc.). Cu toate acestea, complexitatea și viteza aduse de era digitală necesită noi modalități de formare pentru îmbunătățirea abilităților analitice. În era online, o modalitate de îmbunătățire a gândirii critice este utilizarea aplicațiilor online.*

*Aplicațiile online trebuie să fie utile, eficiente, fiabile, ușor de utilizat și atractive pentru tineri. Cu toate acestea, utilizatorii nu trebuie să uite că aceste aplicații sunt mai degrabă un mijloc, decât un scop în sine. Un alt aspect semnalat este acela că analiza excesivă și accentuarea exagerată a importanței analizei poate duce la paralizia prin analiză.”*

## Idei și întrebări pentru reflectie

**Iată o listă de argumente. Definiți pentru fiecare dintre ele ce tip de argument eronat este:**

Dacă începem să dezincriminăm Marijuana, în curând vom legaliza căsătoria între persoane de același sex, și atunci de ce să nu dezincriminăm violul sau chiar să-l legalizăm? Dacă unii dentiști recomandă această marcă de pastă de dinți, înseamnă că ar trebui să fie bună pentru sănătatea noastră dentară.

Iubiți America, sau părăsiți-o! Încearcă noul nostru șampon bio, realizat cu extract de mentă, garantat 100% natural și fără chimicale!

Dacă lăsăm imigranții să intre în țara noastră, ne vor fura locurile de muncă și ne vor distrugere cultura!

Nadal este mai puternic decât Federer: Spaniolii sunt mai buni la tenis decât alte națiuni.

Crezi în teoria evoluției: chiar crezi că bunicul meu a fost o gorilă?





### Scop

Înțelegerea intențiilor creatorilor de știri false.  
 Dezvoltarea gândirii critice a participanților prin intermediul strategiilor pe care le folosesc creatorii de știri false.



### Materiale

Laptop cu conexiune la internet pentru a putea juca jocurile online.  
 Hârtii, pixuri (pentru varianta draft).



### Grup țintă

Lucrători de tineret și tineri.



### Timp

Aproximativ 1-2 ore.



### Etape de facilitare

Pasul 1: Împărțiți participanții în 2 echipe. Sarcina lor va fi de a proiecta un site web care va răspândi știri false și senzaționale, cu scopul de a face bani prin creșterea numărului de următori, veniturile provenind astfel din publicitatea online.

Pasul 2: Ei vor trebui să se gândească la:

- Titlul site-ului
- Sloganul site-ului
- Tipul de public pe care îl vor viza
- Tipul de știri pe care le vor publica.

Pasul 3: Fiecare echipă își prezintă planul pentru site-ul de știri false în fața întregului grup.

Pasul 4: Reflectie.

# CREAREA DE SITE-URI WEB FALSE

## Solidaridad Sin Fronteras

### FALSE

### Solidaridad Sin Fronteras





## Voceea participantilor



"Este uimitor să vezi cât de repede poți crea un site web fără să ai cunoștințe de informatică. Este însă imanător să te gândești la ce poți crea și răspândi dacă ai mai multe resurse și cunoștințe informaticice."

"Cred că persoanele care trimit știri false sau creează spații pentru a le răspândi nu doresc decât să facă rău altor persoane și să creeze haos și frică în societate."

"Acum sunt mai pregătit să nu fiu o victimă a știrilor false și vreau să împărtășesc aceste cunoștințe cu mai multe persoane pentru a reduce grupurile țintă ale creatorilor de știri false."

"De acum încolo voi verifica sursa știrilor. Voi citi și voi merge pe site-uri oficiale pentru a nu fi influențat de știrile false."

## Idei și întrebări pentru reflecție

**Ce părere aveți despre ușurința de a crea site-uri web pentru a răspândi conținut fals?**

**După această activitate, cât de important credeți că este să verificați dacă un site web este oficial sau nu pentru a avea încredere în informațiile pe care le conține și pentru a evita escrocheriile și știrile false?**

**Credeți că dispuneți de instrumentele necesare pentru a identifica mai ușor dacă un site web răspândește știri false?**

**Ce credeți că urmăresc persoanele care răspândesc știri false sau creează spații pentru a crea știri false?**



**NOT: MIGRANTS HOUSED IN HOTEL 'SLAUGHTERED GOATS' IN TIC BATHROOMS**

guests complain of threats, sexual harassment & piles of garbage  
Joseph Watson | Infowars | DECEMBER 8, 2018





**Erasmus+**

**T**raining Club.eu

**T4 TEAM 4**  
excellence



### Scop

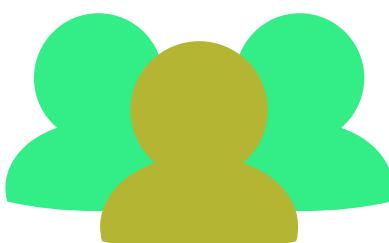
A demonstra cât de ușor poate fi să schimbi realitatea.

A înțelege puterea WhatsApp asupra răspândirii știrilor false.



### Materiale

Smartphone sau orice dispozitiv cu o conexiune la internet pentru a utiliza WhatsApp.



### Grup tinctă

Lucrători de tineret și tineri.



### Timp

Aproximativ 1-2 ore.



### Etape de facilitare

Pasul 1: Unul dintre participanți va primi mesaje WhatsApp și va fi ghidat de un facilitator pentru a explora posibilitățile de a le prezenta în moduri greșite. Scopul este de a crea în mod intenționat o viziune falsă a realității.

Pasul 2: Ceilalți participanți vor fi încurajați să își împărtășească propria expertiză pentru a adăuga valoare la sesiunea de formare.

Pasul 3: Reflectie.

# SCHIMBÂND REALITATEA

**Solidaridad Sin Fronteras**





## Voceea participantilor



"Cred că este destul de impresionant să vezi cât de ușor poți distorsiona realitatea. Este la fel când spui o poveste cuiva; la final, povestea poate să nu aibă nicio legătură cu ceea ce s-a întâmplat cu adevărat. Dacă vrei cu adevărat să află despre un subiect sau dacă vrei să verifici veridicitatea unei știri, ar trebui să te adrezezi direct unei surse de încredere!"

"Mă simt prost știind că este posibil să fi cresut cândva, și chiar să fi împărtășit, știri care nu erau adevărate. De acum înainte voi încerca să verific veridicitatea lucrurilor pe care le împărtășesc pentru a nu încuraja răspândirea știrilor false".

"Schimbarea câtorva cuvinte dintr-un text, poate schimba complet scopul sau esența unui mesaj".

"Trebuie să reflectăm asupra importanței cuvintelor și a puterii pe care o au în a spune povești sau știri".

## Idei și întrebări pentru reflectie

**Considerați că jucați un rol cheie în prevenirea răspândirii știrilor false prin intermediul rețelelor de socializare?**

**De ce credeți că sunt generate știrile false?**

**Veți verifica știrile înainte de a le împărtăși, știind impactul pe care îl au asupra vieții altor persoane?**

**Ați fost vreodată afectat de o știre falsă? Vi s-a părut dificil să o dezminți? Imaginea-vă dacă ați fi o persoană migrantă și știrea a fost spusă în mass-media și mii de oameni au distribuit-o pe rețelele de socializare?**





Erasmus+

T Training Club.eu

TEAM 4  
excellence

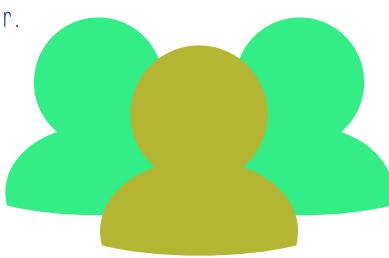


# MIGRANȚI: IMPACTUL ȘTIRILOR FALSE

Solidaridad Sin Fronteras

Grup țintă

Lucrători de tineret și tineri.



## Materiale

Prezentare Prezi;

Telefon sau calculator cu conexiune la internet pentru a putea face jocurile online;  
Tablă.



## Timp

Aproximativ 1-2 ore.



## Etape de facilitare

Pasul 1: Facilitatorii prezintă subiectul cu o introducere.

Pasul 2: Facilitatorii vorbesc despre știrile false adresate migranților.

Pasul 3: Apoi, facilitatorii prezintă 5 exemple de știri false despre migranți și migrație în general.

Pasul 4: Este prezentat și dezbatut un studiu de caz.



### **Vocea participantilor**



*Ce impact pot genera știrile false despre persoanele migrante?*

"Ură și izolare față de oamenii din țara gazdă."

*De ce credeți că este important să combatem știrile false despre migranți?*

"Pentru că există și oameni cu bunăvoiță printre acești oameni."

*Cum putem semnala sau denunța știrile false atunci când le observăm?*

"Raportați și comentați că sunt false."

*Din ce motiv credeți că, în mod normal, oamenii nu raportează sau denunță știrile false?*

"Ei trec peste aceste știri dacă își dau seama că sunt false, dar nu știu că cineva poate avea încredere în ele și că pot fi manipulați".

### **Idei și întrebări pentru reflecție**

**Ce impact pot genera știrile false despre migranți?**

**De ce credeți că este important să combatem știrile false despre migranți?**

**Cum putem raporta sau denunța știrile false atunci când le observăm?**

**Din ce motiv credeți că, în mod normal, oamenii nu raportează sau denunță știrile false?**

**Ați raportat vreodată știri false? Cum?**

**Lansați setul de întrebări și încurajați reflecția.**





**Erasmus+**

**T**raining  
Club.eu

**T4 TEAM 4**  
excellence

# UTILIZAREA APLICAȚIILOR PENTRU A RECUNOAȘTE ȘTIRILE FALSE

**Fundacja Instytut Badan  
i Innowacji w Edukacji**



## Scop

Prezentarea aplicațiilor plătite care îi ajută pe tineri să recunoască știrile false de pe internet. Dobândirea unei înțelegeri a aplicațiilor Smart News pentru a ajuta tinerii să evite știrile false.



## Materiale

Laptop cu conexiune la internet pentru a lucra online și pentru a dobândi experiență în recunoașterea știrilor false.



## Grup țintă

Lucrători de tineret și tineri.



## Timp

Aproximativ 2 ore.



## Etape de facilitare

Pasul 1: Formatorul prezintă câteva aplicații Smart News care recunosc știrile false de pe internet:  
 Fajnie, że wiesz! (Este bine că știi!)  
 Oigetit Fake News Filter (Filtru pentru știri false) (<https://oigetit.com/>)  
 Testați știrile: Sunt știrile false? (Detectează știrile false)  
 Deepware | Scanează și detectează videoclipuri false (Deepfake Videos)

Pasul 2: Împărțiți grupul în grupuri mici (de trei persoane) și ghidați-i să compare aplicațiile.

Pasul 3: Ultimul pas va cuprinde prezentarea constatărilor lor în fața întregului grup.



**Erasmus+**

**Training Club.eu**

**TEAM 4  
excellence**

## Vocea participantilor



**CORRECT ANSWER!**

Positive Posts  
1 hr •

BREAKING NEWS: Eminem has just become the first celebrity to be diagnosed with Coronavirus..

In a statement released by doctors, it has been revealed that his palms were sweaty, knees weak and arms were heavy.. He presented with vomit on his sweater already.. Initial testing has revealed it was mums spaghetti..



297 511 Comments • 825 Shares

## Idei și întrebări pentru reflecție

Cunoașteți vreo altă aplicație care vă poate ajuta să recunoașteți știrile false?

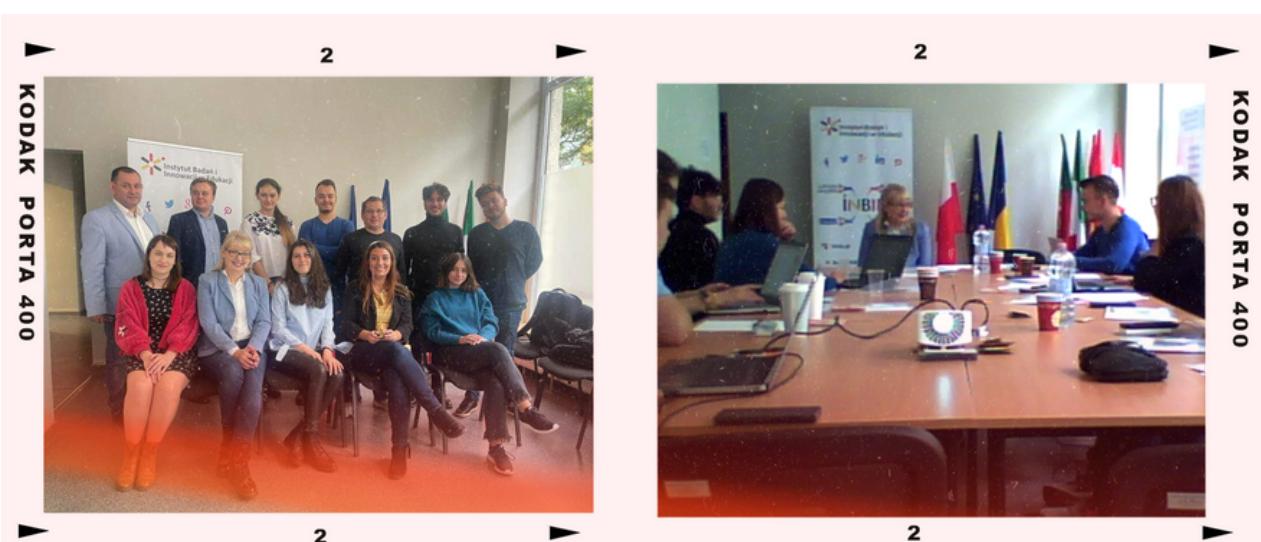
Ce părere aveți despre site-ul "Fajnie, że wiesz"?

Ce părere aveți despre "Deepwear"?

Ce părere aveți despre "Deepwear" și ce ați schimba la această aplicație?

Cum ați evalua aplicațiile pe care le avem în prezent pe piață?

Cum credeți că ar trebui să fie o aplicație pentru recunoașterea știrilor false?



**Scop**

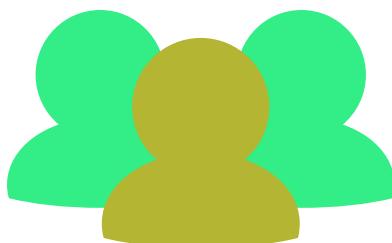
În timpul acestei activități, participanții vor dezvolta un simț critic mai puternic în ceea ce privește social media și vor fi capabili să își expună public teza.

**Grup țintă**

Lucrători de tineret și tineri.

**Materiale**

Bandă de hârtie, foaie cu întrebări.

**Timp**

Aproximativ 1 oră.

**Etape de facilitare**

Pasul 1: Împărțiți sala de activități în 2 zone: Partea de acord și partea dedezacord.

Pasul 2: Formatorul citește 2 afirmații discutabile (alegeți din cele 8 afirmații de mai jos).

Pasul 3: Participanții aleg taberele pentru afirmație în funcție de convingerile lor.

Pasul 4: Participanții din fiecare tabără își vor justifica poziția. Unii participanți pot fi convinși de argumente să schimbe tabăra.

Pasul 5: Repetați procesul pentru toate afirmațiile.

Pasul 6: Debriefing despre rolul social media în viața noastră și despre modul în care oamenii și-au schimbat comportamentul de la utilizarea acestor rețele.

**Afirmația 1:** Tehnologia și rețelele de socializare au readus puterea în mâinile oamenilor.

**Afirmația 2:** Este nevoie de disciplină pentru a nu lăsa social media să îți fure timpul.

**Afirmația 3:** Cu cât avem mai multe rețele sociale, cu atât mai mult credem că ne conectăm, dar în realitate ne deconectăm unii de alții.

**Afirmația 4:** Social media reduce barierile sociale. Ea conectează oamenii pe baza punctelor forte ale valorilor umane, nu ale identităților.

**Afirmația 5:** Social media - nu este viața reală.

**Afirmația 6:** Este un dialog, nu un monolog, iar unii oameni nu înțeleg acest lucru. Social media seamănă mai mult cu un telefon decât cu un televizor.

**Afirmația 7:** Când întâlnesci oameni cu care ai interacționat pe rețelele sociale, aceștia nu sunt așa cum sunt pe rețelele sociale.

**Afirmația 8:** Nu îmi trăiesc viața căutând validare din partea oamenilor de pe social media.





## Voceea participantilor



"Această activitate este întotdeauna foarte apreciată, deoarece permite dezvoltarea unor dezbateri vii, oferind posibilitatea de a împărtăși gânduri și de a oferi propria experiență cu privire la subiect, ajutând la dezvoltarea unei idei despre acesta chiar și celor care nu au idei clare."

"Discuțiile despre mituri ne-au făcut să realizăm câte stereotipuri avem despre multe subiecte. Mulțumită acestei activități, am învățat că generalizarea este, de fapt, o modalitate de manipulare."

## Idei și întrebări pentru reflectie

Care sunt provocările persoanelor dependente de social media?

Ce ați învățat despre dependența de social media în timpul activității?

Ați schimbat unele dintre gânduri? Dacă da, explicați de ce.

Care este social media care răspândește cele mai multe știri false?





**Erasmus+**

**T** **Training Club.eu**

**T4 TEAM 4**  
excellence



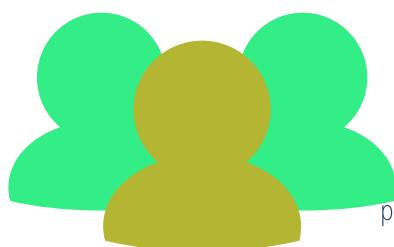
### Scop

Să înțeleagă că știrile sunt fabricate și că informațiile învățate sunt transformate în știri false sau în știri bune.



### Materiale

- papers
- pens
- flipcharts
- markers
- at least 1 phone or laptop
- internet connection



### Timp

partea I - aproximativ 15 minute;  
 partea a II-a - aproximativ 10 minute;  
 partea a III-a - aproximativ 20 de minute;  
 Debriefing - aproximativ 20 de minute.



### Etape de facilitare



Această activitate este împărțită în 3 părți.

- Partea I: împărțiți participanții în 2 sau 3 grupuri, în funcție de numărul lor. Fiecare grup trebuie să caute 3 știri, dintre care cel puțin una trebuie să fie falsă. După cercetare, fiecare grup citește știrile, iar celelalte grupuri trebuie să ghicească care este falsă;
- Partea a II-a: faceți un brainstorming despre diferența dintre știrile false și cele bune. Vor fi 2 flipchart-uri: unul cu titlul "știri false" și al doilea cu titlul "știri bune". Fiecare participant va completa fiecare flipchart cu ceea ce îi vine în minte atunci când aude despre "știri bune" și "știri false";
- Partea a III-a: participanții trebuie să modifice știrile false în știri bune. După aceea, vor citi ce au făcut. În funcție de numărul de participanți, îi putem împărți în 2 sau 3 grupuri și fiecare grup va lucra la cel puțin o știre falsă.

Evaluare:

- Observarea în timpul activității de grup
- Autoreflectie



## Vocea participantilor



### Cum recunoaștem o știre falsă?

"În primul rând, trebuie să analizați cine este autorul unei anumite postări/informații. În al doilea rând, v-ați putea gândi la câte fapte sunt în concordanță cu adevărul general și dacă această persoană are alte articole/postări care s-au dovedit a fi știri false."

### Ce să facem atunci când depistăm știri false?

"Nu o ignorați pur și simplu, pentru că, cu siguranță, există persoane care nu și-au dat seama că este falsă. Aceștia ar putea să o împărtășească cu alții și să contribuie la răspândirea știrilor false. Așadar, semnalizați și raportați imediat știrile false."

"Adăugați un comentariu cu dovezi că această informație este falsă pentru a avertiza alți cititori mai tineri sau mai în vîrstă."

## Idei și întrebări pentru reflectie

Cum vă simțiți?

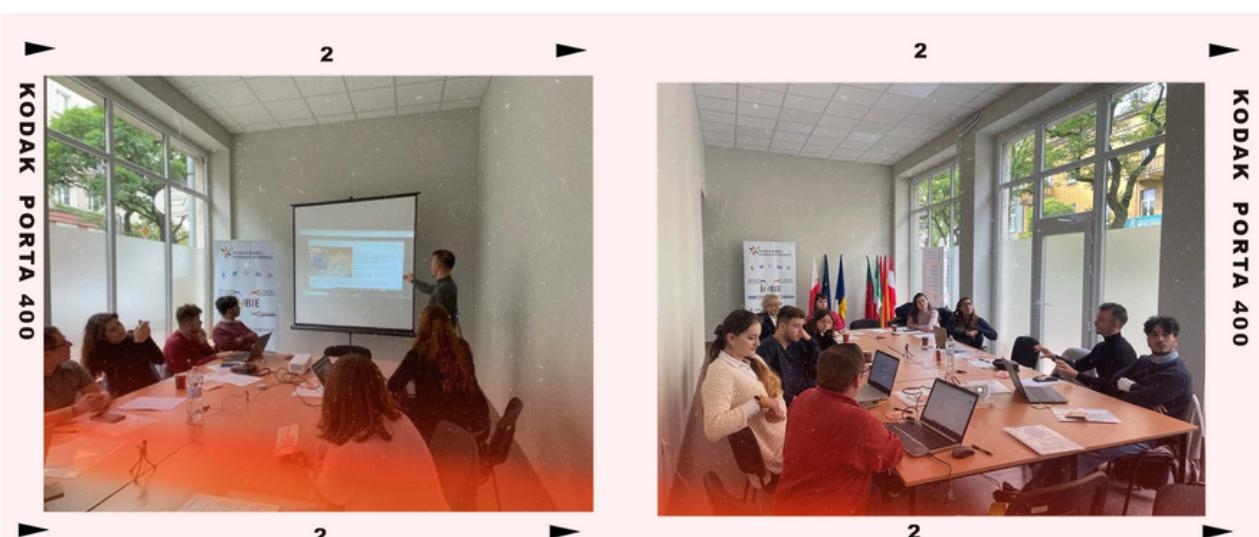
Cum a fost procesul?

Ce ati învățat?

De ce aveți nevoie pentru a avea vești bune?

Cum putem recunoaște știrile false?

Ce faceți atunci când descoperiți că un articol este un fals?





**Erasmus+**

**Training Club.eu**

**TEAM 4  
excellence**



# SIGURANȚĂ, SECURITATE ȘI CONFIDENTIALITATE

**Petit Pas Aps**

## Grup țintă

Lucrători de tineret și tineri.

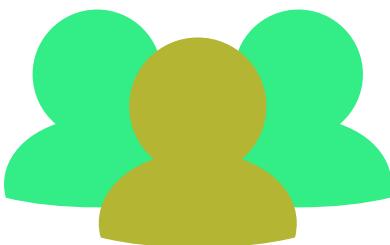
## Scop

În timpul acestei activități, participanții vor dobânde mai multe cunoștințe și abilități în materie de SIGURANȚĂ, SECURITATE ȘI CONFIDENTIALITATE.



## Materiale

Cameră pentru scena de teatru,  
atmosferă bună.



## Timp

Aproximativ 2 ore.



## Etape de facilitare

### PARTEA 1

Facilitatorul împarte participanții în grupuri și le atribuie câte un cuvânt cheie. După ce discută subiectul în grup, aceștia creează o scenă de teatru în care vor reprezenta acest cuvânt cheie.

### PARTEA 2

- Împărtășirea - ilustrează modul în care împărtășirea de știri, chiar și prin intermediul cuvântului, poate fi periculoasă dacă nu cunoașteți un subiect.
- Probleme legate de confidențialitate
- Escrocherii - Ilustrează modul în care se poate identifica conținutul fraudulos pe serviciile rețelelor de socializare și consecințele potențiale ale faptului de a cădea pradă acestor scheme.
- Permanența informațiilor (De cele mai multe ori, ceea ce apare online tinde să rămână acolo pentru totdeauna, are impact asupra percepției publice și nu este ceva ce se poate controla întotdeauna).

### PARTEA A 3-A

După reprezentarea cuvântului cheie, are loc o discuție pe marginea subiectului și a reprezentării, în urma căreia participanții ajung la 10 sfaturi privind utilizarea în siguranță a rețelelor sociale.



## **Vocea participantilor**



*Pentru ce tipuri de comunicare credeți că rețelele sociale sunt cele mai bune?*

"Intercomunicare între oameni, comunicare masivă, informații politice, evenimente curente."

*Ce fel de informații este potrivit să împărtășim și ce nu?*

"Informațiile de încredere care trebuie verificate de toată lumea. Fiți atenți la publicul tintă!"

**10 sfaturi pentru o rețea de socializare sigură a tinerilor:**

- Nu vă încredeți în orice
- Verificați întotdeauna
- Nu vă salvați date și parola
- Nu trimiteți nimănui detaliile cărții de credit
- Nu vă limitați să citiți doar titlul
- Nu trimiteți fotografii
- Dacă este posibil, trimiteți doar pagini de încredere
- Verificați sursele
- Parola trebuie să fie întotdeauna lungă și nu o distribuiți.
- Folosiți o parolă diferită pentru fiecare cont.

## **Idei și întrebări pentru reflectie**

**Cum putem acționa atunci când observăm cazuri de escrocherie?**

**Cum să ne protejăm confidențialitatea online?**

**Cum să ne ocupăm de informațiile care rămân online pentru totdeauna?**

KODAK PORTA 400



2



2

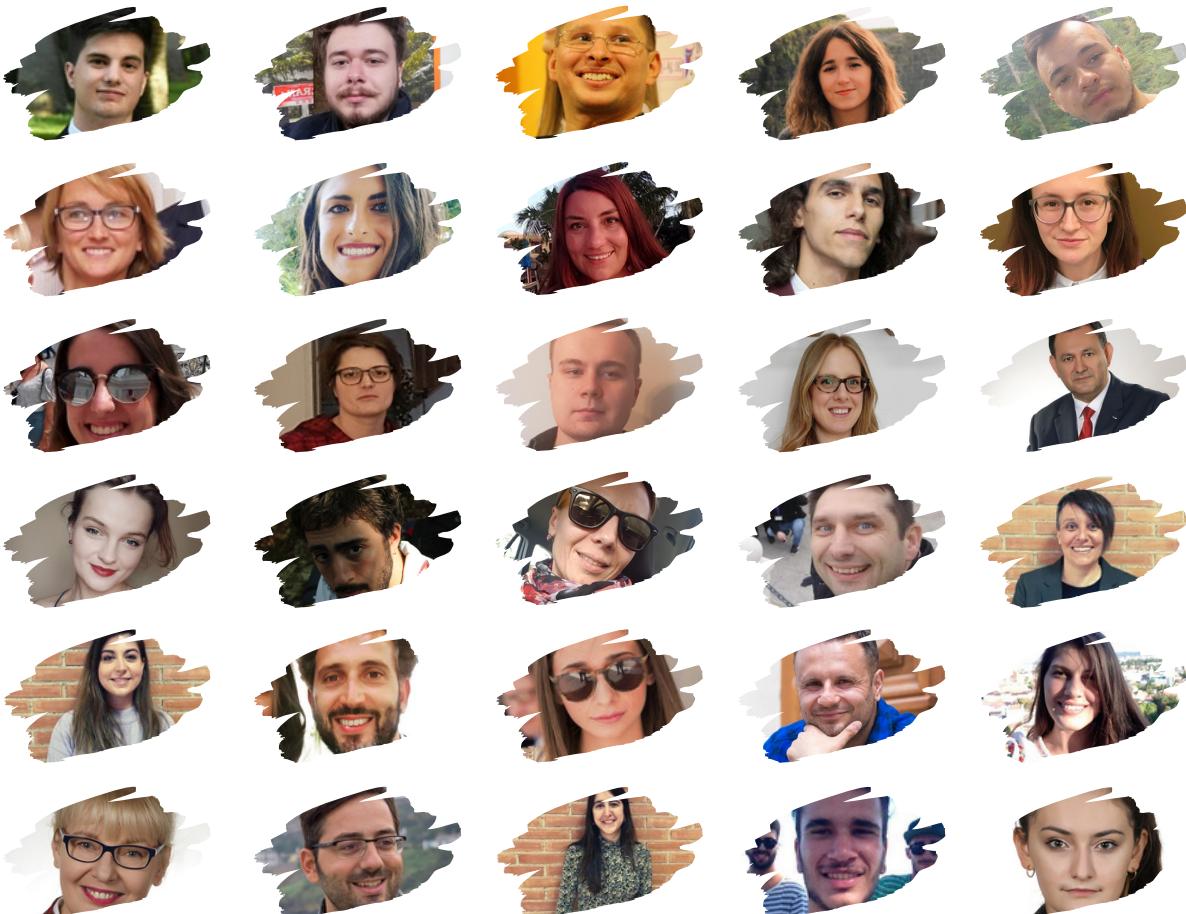
KODAK PORTA 400



**Erasmus+**

**T** **Training Club.eu**

**T4 TEAM 4**  
excellence



**ECHIPA EDITORIALĂ**

**EDITOR-IN-CHIEF: NICOLETA ACOMI**

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

**REVISTA TRAINING CLUB MAGAZINE**

ISSN 2668-9901  
ISSN-L 2668-9901

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



**WEB: [WWW.TRAININGCLUB.EU](http://WWW.TRAININGCLUB.EU)**

**TEL: +40723194474**

**EMAIL: [OFFICE@TEAM4EXCELLENCE.RO](mailto:OFFICE@TEAM4EXCELLENCE.RO)**

**ADRESA: 26 STRAJERULUI  
900204, CONSTANTA  
ROMANIA**



**Disclaimer:** The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

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

