



Do you know
YOUR DEMOCRACY?

FACT

MANUEL

DISINFORMATION, MEDIA AND MANIPULATION WITH MEDIA IN DEMOCRATIC SOCIETIES AND HOW TO STAY DEMOCRATIC IN THESE TIMES

Do you know your democracy?



Co-funded by
the European Union



TITRE

Manuel "Désinformation, médias et manipulation des médias dans les sociétés démocratiques et comment rester démocratique en ces temps"

Pour les travailleurs jeunesse, éducateurs et enseignants avec des ateliers concrets.

PROJET

Do you know YOUR DEMOCRACY?

PARTENAIRES DU PROJET

Carousel 8 (Croatie)
Youth Council Next Generation (Macédoine du Nord)
La Génération de Demain (France)
Well-being Lab (Suède)
Learning Library (Estonie)

AUTEURS

Slave Kostadinov
Emanuel Caristi

ÉDITEUR

Carousel 8



**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Sommaire

Introduction	4
À propos du projet	5
Partenaires du projet	7
Sessions éducatives – pour les travailleurs jeunesse, éducateurs, enseignants	10
1. Comprendre les barrières de communication à travers le modèle de Shannon et Weaver	12
2. Débattre des politiques médiatiques: droits, responsabilités et liberté à l'ère numérique	17
3. Échapper au bunker: un défi moral et éthique en littératie médiatique et perception	20
4. Explorer les tendances et l'impact des médias en Europe	23
5. Renforcer la littératie médiatique: comprendre la MIL, repérer les fausses nouvelles et identifier les sophismes logiques	26
6. Laboratoire des conspirations: explorer la manipulation médiatique et la propagation de la désinformation	38
7. Paysage médiatique dans la société actuelle à travers l'art	41
8. Atelier des participants 2: "Les médias doivent-ils être censurés?"	44
9. Atelier des participants 3: Agression silencieuse: démasquer les signes du cyberharcèlement	48
10. Analyse des biais médiatiques et du cadrage: une étude comparative	56
Ressources	60

Introduction

Ce manuel est basé sur l'Activité d'Apprentissage, d'Enseignement et de Formation (LTTA) intitulée "Désinformation, Médias et Manipulation dans les Sociétés Démocratiques", qui fait partie du projet "Connais-tu Ta Démocratie?". Organisée du 04.10.2024 au 14.10.2024 à Avrillé-les-Ponceaux, en France, cette LTTA s'est concentrée sur l'éducation non formelle et les approches d'apprentissage par la pratique.

L'objectif de la LTTA était de renforcer les compétences des leaders jeunesse en matière de littératie médiatique, de reconnaissance de la désinformation, de manipulation des médias et du rôle des médias dans les sociétés démocratiques. À travers des sessions interactives, les participants ont développé des objectifs d'apprentissage, exploré leurs propres limites et échangé des idées sur les bonnes pratiques dans ces domaines.

Ce manuel comprend 10 ateliers portant sur des thèmes tels que le rôle des médias dans la société, l'impact des réseaux sociaux, les médias et la démocratie, l'identification des fausses nouvelles, ainsi que la désinformation dans les contextes de l'UE et des Balkans. Conçu pour une utilisation flexible dans divers contextes (écoles, organisations jeunesse, en ligne/hors ligne), il inclut des ateliers affinés grâce aux retours des participants pour soutenir les leaders jeunesse dans l'éducation d'autrui.

Nous espérons que cette ressource aidera les travailleurs jeunesse, les éducateurs et les enseignants à favoriser des communautés informées et démocratiques. Elle sert à la fois de point de départ pour de nouveaux projets et d'outil pratique pour la formation à la littératie médiatique et à l'engagement démocratique.

À propos du projet

Aujourd'hui en Europe, nous observons divers phénomènes: une réduction de l'espace pour la société civile, la montée du populisme et des régimes illibéraux, une baisse de la confiance envers les institutions, l'évolution du rôle des médias et la diffusion de fausses nouvelles, un manque d'accès aux droits et le développement rapide des technologies numériques. Tous ces éléments influencent ensemble la participation politique, en particulier celle des jeunes (source: SALTO). Selon l'évaluation des besoins et les recherches, les jeunes qui manquent de compétences en littératie politique et médiatique et qui sont les moins actifs et engagés dans les processus démocratiques appartiennent aux catégories des NEET (ni en emploi, ni en études, ni en formation) ou des jeunes confrontés à des difficultés économiques. Pour répondre à ces besoins à long terme, nous prévoyons d'établir 5 Centres de Leaders Jeunesse (2 numériques – en Suède et en Estonie, et 3 en présentiel – en Croatie, en Macédoine du Nord et en France), où nous organiserons des ateliers au niveau local (en face-à-face, en ligne et via des activités d'apprentissage mixte) visant à développer les compétences en littératie politique et en citoyenneté active de ces jeunes. Dans ces centres, les jeunes créeront et promouvoir une culture de la participation.

Mais avant cela, nous devons former nos leaders jeunesse pour qu'ils puissent concevoir et mettre en œuvre des ateliers sur ces thématiques. En conséquence, nous avons développé un concept d'activités et de résultats axé sur deux grands thèmes interdépendants:

La démocratie ; les valeurs démocratiques ; l'importance de la démocratie dans nos sociétés ; la participation politique ;

La littératie médiatique ; la désinformation ; les fausses nouvelles comme outil de propagande pour attaquer la démocratie.

La reconnaissance par les jeunes des valeurs de l'UE, y compris les droits humains, la démocratie et l'État de droit, ainsi que leur engagement actif dans les processus politiques, sont primordiaux. C'est par l'engagement démocratique que les jeunes peuvent contribuer à façonner l'avenir dans lequel ils souhaitent vivre. Une participation plus active et un investissement dans la vie civique et démocratique aux niveaux local, régional, national et européen favoriseront des sociétés plus résilientes et une prospérité future, tant pour l'UE que pour les jeunes.

Objectifs spécifiques du projet:

- 01 Développer et améliorer les partenariats et les opportunités pour les jeunes entre le Nord, le Sud, l'Est et l'Ouest de l'Europe sur les thèmes de la démocratie, des sociétés démocratiques, de l'activisme de base, de la littératie médiatique et de son lien avec les sociétés démocratiques ; à travers le développement d'opportunités éducatives pour les leaders jeunesse, de matériels éducatifs pour la formation future des leaders jeunesse, d'un jeu de plateau ou de cartes numérique, et en offrant des opportunités directes aux jeunes pour développer et utiliser leurs compétences en créant un jeu de plateau ou de cartes numérique éducatif sur les thèmes de la démocratie, de l'activisme de base et de la littératie médiatique comme fondements des sociétés démocratiques modernes

02 Accroître les connaissances, les compétences et les attitudes des leaders jeunesse dans 5 pays partenaires et organisations partenaires pour le développement, la mise en œuvre et l'évaluation d'activités et de programmes de travail avec les jeunes axés sur la démocratie, l'importance de la démocratie dans la société actuelle, la littératie médiatique et la gestion de la désinformation, ainsi que leur lien avec les sociétés démocratiques ; à travers la LTTA 1: « La démocratie, son importance et nos communautés locales en tant que sociétés démocratiques » et la LTTA 2: « Désinformation, médias et manipulation des médias dans les sociétés démocratiques et comment rester démocratique en ces temps » ; auxquelles participeront 30 participants par LTTA (soit un total de 60 leaders jeunesse, dont certains sont des travailleurs jeunesse, y compris des formateurs, des experts et du personnel).

03 Améliorer et renforcer les capacités existantes des partenaires du projet pour le développement, la mise en œuvre et l'évaluation de projets locaux et internationaux visant à engager, connecter et autonomiser les jeunes dans les communautés locales pour le développement de la pensée critique et des compétences en pensée critique liées à la démocratie et à la prévention de la désinformation médiatique, à travers les Centres de Leaders Jeunesse, qui seront dirigés par des leaders jeunesse formés lors des LTTAs, et en particulier par la mise en œuvre d'activités de suivi après la LTTA 1 et la LTTA 2, impliquant au moins 25 participants par chacun des 5 partenaires (soit un total de 250 participants dans 5 Centres et les 2 activités de suivi).

04 Développer un cadre de compétences pour les leaders jeunesse afin d'autonomiser et d'éduquer les jeunes sur les thèmes de la démocratie, de l'importance de la démocratie dans la société actuelle, de la littératie médiatique et de la gestion de la désinformation, ainsi que de leur lien avec les sociétés démocratiques, à travers le développement et la publication de 2 manuels éducatifs, qui seront utilisés dans les activités des Centres de Leaders Jeunesse, par lesquels les leaders jeunesse, avec le soutien de travailleurs jeunesse expérimentés, mettront en œuvre les activités de suivi (50 participants par partenaire, 250 au total), les activités de dissémination (30 participants par partenaire, 150 au total), et les 2 manuels seront disponibles sur les sites web des organisations partenaires et des centres de ressources pour le travail avec les jeunes.

05 Développer et améliorer davantage les connaissances et les compétences des jeunes des 5 pays partenaires, mais aussi de toute l'Europe, sur les thèmes de la démocratie, des sociétés démocratiques, de l'activisme de base, de la littératie médiatique et de son lien avec les sociétés démocratiques ; à travers leur participation aux Centres de Leaders Jeunesse: apprendre sur la démocratie et la participation, développer leurs activités et campagnes comme une alternative à la participation politique, pratiquer leur citoyenneté active, développer un jeu de plateau et de cartes, tester le jeu éducatif créé et participer à la promotion des produits finaux sur des plateformes éducatives pertinentes et les réseaux sociaux.

06 S'engager dans des activités intensives de dissémination et d'exploitation des produits nouvellement créés et impliquer au moins 150 participants (avec un accent particulier sur une plus grande participation des jeunes NEET et des jeunes ayant moins d'opportunités) dans nos activités de travail avec les jeunes axées sur les thèmes de la démocratie, des sociétés démocratiques, de l'activisme de base, de la littératie médiatique et de son lien avec les sociétés démocratiques ; à travers, mais sans s'y limiter, l'utilisation d'un jeu de plateau et de cartes pour les jeunes, et des manuels éducatifs pour les leaders jeunesse et les travailleurs jeunesse.

Partenaires du projet

Carousel 8, Croatie

carousel8.org

Carousel 8 (C8) de Croatie est une organisation non gouvernementale basée à Zagreb, créée dans le but de fournir des opportunités d'apprentissage et de volontariat aux jeunes ayant moins d'opportunités. Les principaux objectifs de C8 sont de promouvoir le volontariat et la citoyenneté active ; de promouvoir l'éducation non formelle ; de sensibiliser au développement de la société civile ; et d'inclure les personnes dans la vie sociale et culturelle. Particulièrement pertinente pour cette demande de projet, C8 possède une riche expérience dans l'organisation d'ateliers éducatifs pour les lycéens de la région de Zagreb, où ils ont travaillé sur la promotion de la citoyenneté active, les opportunités de volontariat pour les jeunes et les bases de la MIL (littératie médiatique et informationnelle). De plus, ils ont une expérience dans

le travail avec les jeunes sur les thèmes des valeurs démocratiques, ainsi que dans le développement des compétences nécessaires à l'amélioration de la littératie médiatique et des compétences en pensée critique. Au niveau international, ils ont coordonné et mis en œuvre plusieurs projets KA1 (mobilité des travailleurs jeunesse) sur le volontariat, la gestion des volontaires et le mentorat dans un environnement international. C8 compte 5 personnes régulièrement engagées en tant que formateurs et coordinateurs de projets, et au moins 150 personnes au niveau international et 250 personnes au niveau local impliquées en tant qu'apprenants dans des projets éducatifs

Conseil de la Jeunesse Nouvelle Génération, Macédoine du Nord

nextgeneration.com.mk

Le Conseil de la Jeunesse Nouvelle Génération est une organisation non lucrative et non gouvernementale fondée en février 2010 à Skopje, en République de Macédoine du Nord. Next Generation favorise la participation des jeunes à travers la mise en œuvre et le soutien de projets et d'initiatives visant le développement des jeunes dans nos communautés locale, nationale et internationale. Le fondement de leur organisation repose sur l'expérience de ses membres dans le travail avec les jeunes, l'éducation non formelle, la participation active et l'activisme social, qui se sont réunis pour offrir des opportunités de mobilité d'apprentissage aux jeunes afin qu'ils évoluent

en personnes éduquées et conscientes qui participent activement à la société. En d'autres termes, ils cherchent à contribuer à la création d'une génération de jeunes équipés des compétences, des valeurs et des attitudes de citoyens actifs et responsables, en permettant leur participation à des projets et activités jeunesse couvrant divers sujets sociaux. Leur contribution à ce projet se fera à travers leur riche expérience dans l'organisation et la mise en œuvre d'activités éducatives pour les leaders jeunesse et les jeunes (échanges de jeunes, visites d'étude, formations...), ainsi que la mise en œuvre d'activités internationales financées par le programme Erasmus+.

Bibliothèque d'Apprentissage, Estonie

learning-library.net

La Bibliothèque d'Apprentissage, basée en Estonie, est une petite entreprise d'éducation technologique qui fournit des outils et des solutions éducatives aux entreprises et aux ONG. L'idée de l'entreprise a vu le jour en 2021, tandis que son enregistrement officiel a été effectué en 2022. La Bibliothèque d'Apprentissage réunit des experts en éducation, travail avec les jeunes, ressources humaines (RH) et technologies de l'information (TI), dans un seul but: aider à numériser l'apprentissage et éduquer les individus pour améliorer les communautés locales. La Bibliothèque d'Apprentissage œuvre dans le domaine de l'éducation, en combinant différentes méthodes issues de l'éducation non formelle et du secteur des affaires. L'entreprise collabore avec diverses organisations et entreprises au niveau national et international. Depuis sa création, la Bibliothèque d'Apprentissage fournit des services et un soutien à plusieurs petites organisations locales pour développer leurs apprentissages en ligne et leurs sites web. Actuellement, la Bibliothèque d'Apprentissage participe au développement de 8 cours d'apprentissage en ligne à grande échelle et de 3 plateformes d'apprentissage

en ligne. L'entreprise emploie 2 membres principaux du personnel et collabore en continu avec 10 professionnels en TI, 7 experts en design, 10 professionnels de l'éducation et plus de 20 individus possédant des compétences dans les domaines du travail avec les jeunes, de l'entrepreneuriat, de l'écologie et de la durabilité. La valeur ajoutée de la Bibliothèque d'Apprentissage dans ce consortium spécifique sera obtenue de deux manières: premièrement, ils seront le partenaire technique responsable du développement de l'apprentissage en ligne grâce à leur expérience et leur expertise, ce qui bénéficiera à toutes les autres organisations de travail avec les jeunes et aux jeunes impliqués. Deuxièmement, grâce à une coopération étroite avec le centre jeunesse municipal de Tallinn, la Bibliothèque d'Apprentissage impliquera des travailleurs jeunesse, des leaders jeunesse et des jeunes de deux centres jeunesse à Tallinn (MANK et KENK) pour participer à ce projet, contribuant directement à la dimension jeunesse.

Association La Génération de Demain, France

lagenerationdedemain.com

La Génération de Demain est une organisation non lucrative et non gouvernementale établie en 2020 à Bordeaux, en France. À travers nos initiatives, nous visons à mettre en œuvre divers projets impliquant des échanges internationaux de jeunes pour sensibiliser à l'avenir et le rendre meilleur. L'association s'engage à partager des principes et des valeurs d'une grande importance dans la vie quotidienne, favorisant une coexistence sereine et harmonieuse. Nos objectifs principaux incluent la sensibilisation environnementale des jeunes générations, le renforcement de la solidarité mondiale, la promotion des bienfaits humains du volontariat, l'avancement de l'éducation informelle, la lutte contre l'isolement social et

l'enseignement de l'utilisation efficace des réseaux sociaux au profit de la société. Nous visons également à améliorer l'ouverture culturelle, les compétences linguistiques et l'interaction interculturelle en interagissant avec des personnes de diverses nationalités, en cultivant l'amour du partage et le respect mutuel. Nous sommes une équipe jeune et dynamique dédiée à aider chaque individu à devenir la meilleure version de lui-même et à offrir à cette planète les soins qu'elle mérite. Ce faisant, chaque individu pourra s'épanouir et grandir à partir de cette expérience tout en contribuant positivement au monde qui l'entoure.

Laboratoire du Bien-être, Suède

wellbeinglab.org

Le “Laboratoire du Bien-être” est une organisation éducative publique qui se concentre sur la promotion du bien-être et de la santé psychologique parmi les organisations, les individus et les éducateurs qui travaillent à Malmö et en Suède. En tant qu’organisation éducative, le Laboratoire du Bien-être est dirigé par des éducateurs, des rédacteurs de projets, des animateurs et des formateurs engagés à fournir des opportunités d’éducation non formelle (ENF) et d’apprentissage tout au long de la vie.

L’organisation utilise diverses approches et méthodes pour aider les jeunes et les adultes à comprendre l’importance du bien-être, de la santé mentale et de la communauté. L’expérience qu’ils apportent est principalement liée aux activités au niveau local, où ils travaillent dans des zones géographiquement isolées et difficiles d’accès dans le nord de la Suède. L’implication de ces jeunes ayant moins d’opportunités représentera une valeur ajoutée pour le projet.





SESSIONS ÉDUCATIVES – POUR LES TRAVAILLEURS JEUNESSE, ÉDUCATEURS, ENSEIGNANTS

Dans cette partie du manuel, nous vous présentons 10 sessions éducatives entièrement développées et prêtes à être mises en œuvre. Ces sessions sont adaptées à partir de celles qui ont eu lieu lors de la LTTA (Activité d'Apprentissage, d'Enseignement et de Formation) et peuvent être utilisées comme un ensemble complet pour une formation à long terme, ou comme des sessions séparées pour répondre à des besoins spécifiques du ou des groupe(s) cible(s).

Chaque session comporte un contexte expliqué, un objectif, des objectifs spécifiques et les compétences abordées. Dans la liste des matériaux et le déroulement de la session, vous trouverez plus de détails sur les étapes concrètes de la session et les matériaux nécessaires. Nous recommandons aux travailleurs jeunesse, éducateurs ou enseignants plus expérimentés d'adapter les sessions aux particularités du groupe avec lequel ils travaillent et aux ressources dont ils disposent.

À la fin de chaque session, il y a une liste de recommandations pour une utilisation future de la session. Ces recommandations contiennent des informations utiles pour les éducateurs, qui devraient être vérifiées dans le cadre de la préparation de la session.

Sessions

1. Comprendre les barrières de communication à travers le modèle de Shannon et Weaver **12**
2. Débattre des politiques médiatiques: droits, responsabilités et liberté à l'ère numérique **17**
3. Échapper au bunker: un défi moral et éthique en littératie médiatique et perception **20**
4. Explorer les tendances et l'impact des médias en Europe **23**
5. Renforcer la littératie médiatique: comprendre la MIL, repérer les fausses nouvelles et identifier les sophismes logiques **26**
6. Laboratoire des conspirations: explorer la manipulation médiatique et la propagation de la désinformation **38**
7. Paysage médiatique dans la société actuelle à travers l'art **41**
8. Atelier des participants 2: "Les médias doivent-ils être censurés?" **44**
9. Atelier des participants 3: Agression silencieuse: démasquer les signes du cyberharcèlement **48**
10. Analyse des biais médiatiques et du cadrage: une étude comparative **56**

Comprendre les barrières de communication à travers le modèle de Shannon et Weaver

OBJECTIF DE LA SESSION

Présenter aux participants le modèle du cycle de communication de Shannon et Weaver, en explorant les barrières à la communication et les filtres d'encodage/décodage dans la transmission des messages.



MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Smartphones
- Cartes Dixit ou illustrations d'art moderne (avec des scénarios inhabituels)
- Papier, stylos, marqueurs/crayons de couleur



OBJECTIFS

- Comprendre le rôle des médias dans la vie quotidienne
- Identifier les barrières dans la communication et analyser l'encodage et le décodage des messages
- Explorer les aspects pratiques de la distorsion des messages dans la communication



COMPÉTENCES ABORDÉES

- Littératie médiatique
- Pensée critique
- Communication efficace



MÉTHODOLOGIE ET MÉTHODES

- Remue-méninges (brainstorming)
- Travail en groupe
- Activité interactive de mime et de dessin

1. Introduction et réflexion sur les médias

15 min.

- Demandez aux participants de vérifier les paramètres de leur téléphone pour voir leur temps d'utilisation sur les réseaux sociaux et les applications liées aux médias. Utilisez la diapositive fournie pour les guider à travers les étapes, comme vérifier "Temps d'écran" sur iOS ou "Bien-être numérique" sur Android.
- Animez une courte réflexion en demandant aux participants de partager ce qu'ils ressentent à propos de leur consommation médiatique et discutez des éventuelles prises de conscience concernant leurs habitudes médiatiques.

2. Définition des médias et remue-méninges

15 min.

- Présentez la diapositive définissant les "médias" et invitez les participants à faire un remue-méninges sur des exemples de médias rencontrés dans la vie quotidienne (par exemple, sites d'information, réseaux sociaux, télévision, radio, journaux).
- Notez les exemples des participants sur un tableau à feuilles ou un tableau blanc, en encourageant une discussion ouverte sur les diverses formes et rôles des médias dans leurs vies.

3. Mise en place des groupes et instructions

5 min.

- Divisez les participants en groupes de 5, en les disposant en ligne de manière à ce que chaque personne tourne le dos aux autres membres de son groupe. Expliquez que chaque participant dans la ligne jouera un rôle différent dans la chaîne de communication, simulant l'encodage, le décodage et les éventuelles barrières dans le processus de communication.
- Expliquez brièvement les étapes de l'activité: observation, mime, communication verbale, écriture et dessin.

4. Activité sur le cycle de communication

25 min.

- **Étape 1:** Chaque participant en première position dans la ligne reçoit une illustration (soit une carte Dixit, soit une œuvre d'art moderne avec une scène inhabituelle) et dispose d'1 minute pour l'observer attentivement.
- **Étape 2:** Après 1 minute, chaque première personne se tourne vers la deuxième personne de sa ligne et mime ce qu'elle a observé dans l'illustration. Elle dispose d'1 minute pour mimer la scène sans utiliser de mots.
- **Étape 3:** La deuxième personne observe le mime et, après 1 minute, se tourne vers la troisième personne pour décrire verbalement ce qu'elle a interprété. Elle dispose d'1 minute pour transmettre le message en utilisant uniquement des mots.
- **Étape 4:** La troisième personne écrit une courte description ou "histoire" basée sur ce qu'elle a entendu de la deuxième personne. Cela devrait prendre 1 minute.
- **Étape 5:** La troisième personne remet sa description écrite à la quatrième personne, qui dispose d'1 minute pour interpréter l'histoire et créer un dessin basé sur ce qu'elle a compris.
- **Comparaison finale:** La cinquième personne, qui reçoit le dessin final, le compare à l'illustration originale. Elle met en évidence les similitudes et les différences entre les deux, en notant où des barrières de communication ont pu conduire à des malentendus.

5. Introduction au modèle de communication et aux barrières

15 min.

- Après l'activité, présentez le modèle du cycle de communication de Shannon et Weaver, en expliquant les concepts d'encodage, de décodage, de canal, de bruit et de rétroaction.
- Discutez des potentielles barrières dans la communication, telles que les barrières perceptives, émotionnelles, linguistiques, culturelles et physiques. Utilisez la diapositive correspondante pour illustrer chaque barrière et fournissez des exemples concrets tirés de la vie réelle pour clarifier l'impact que ces barrières peuvent avoir sur la communication.
- Soulignez que les messages sont souvent déformés en raison de ces barrières et que les problèmes d'encodage/décodage sont fréquents. Affichez la diapositive "Attention" pour renforcer l'idée que la manière dont un message est communiqué et celle dont il est compris peuvent différer considérablement.

6. Débriefing et réflexion

15 min.

- Réunissez tous les participants en cercle pour discuter de leurs expériences durant l'activité. Encouragez-les à réfléchir à des questions telles que:
 - Comment s'est déroulé le processus?
 - Quels défis avez-vous rencontrés en essayant de communiquer le message?
 - Comment le message a-t-il évolué de l'original à l'interprétation finale?
- Utilisez la diapositive "Attention" pour renforcer l'idée que les problèmes d'encodage et de décodage conduisent souvent à des malentendus, en mettant l'accent sur l'impact des barrières de communication.
- Demandez aux participants de penser à des situations réelles où des barrières de communication similaires pourraient survenir et comment ils pourraient appliquer cette prise de conscience dans leurs interactions personnelles et professionnelles.



Division en groupes

Divisez les participants en groupes de 5. Ajustez le nombre de groupes en fonction du nombre total de participants (par exemple, 6 groupes pour 30 participants, 7 pour 35)

i

Recommandations pour les formateurs

- Encouragez les participants à privilégier la précision plutôt que la rapidité afin de démontrer clairement les barrières de communication.
- Soulignez que les erreurs et les distorsions dans la communication sont naturelles et offrent des perspectives d'apprentissage précieuses.
- Envisagez d'utiliser un outil de débriefing, tel qu'un tableau "Plus/Delta", où les participants notent ce qui s'est bien passé ("Plus") et ce qui pourrait être amélioré ("Delta").
- Utilisez le débriefing final pour relier les résultats de l'activité aux thèmes plus larges de la littératie médiatique et de la distorsion de l'information.

Annexes

HOW MUCH TIME DO YOU SPEND ON INSTAGRAM / TIK TOK?

Go to Settings.
Tap Screen Time.
Tap See All Activity under the graph.
Scroll down to see a list of apps and their corresponding usage time.
Look for social media apps like Facebook, Instagram, Twitter, etc.

Go to Settings.
Tap Digital Wellbeing & parental controls (or just Digital Wellbeing).
Tap the Dashboard option.
You'll see a screen with all your apps, their usage time and screen unlocks. You can also tap on any app to see how much time you've spent on it, per day, over the last week or so.

Diapositive d'instructions sur l'utilisation des médias

WHAT IS "THE MEDIA"?

In the strictest meaning of the word, a medium is a channel of communication, a method by which a message is sent to an audience. Media, as the plural of Medium, means simply more than one format for communicating or presenting information.

Message → Medium → Audience

medium (*plural media or mediums*)

1. The material of the surrounding environment, e.g. solid, liquid, gas, vacuum, or a specific substance such as a solvent.
2. The materials or empty space through which signals, waves or forces pass. [quotations ▼]
3. A format for communicating or presenting information. [quotations ▼]
4. (*microbiology*) A nutrient substance, commonly a solution or solid, for the growth of cells *in vitro*. [quotations ▼]
5. (*biology, horticulture etc.*) A substance, structure, or environment in which living organisms subsist, grow or are cultured. [quotations ▼]
6. A means, channel, agency or go-between through which communication, commerce, etc is conveyed or carried on, or by which an aim is achieved. |

Definition des medias

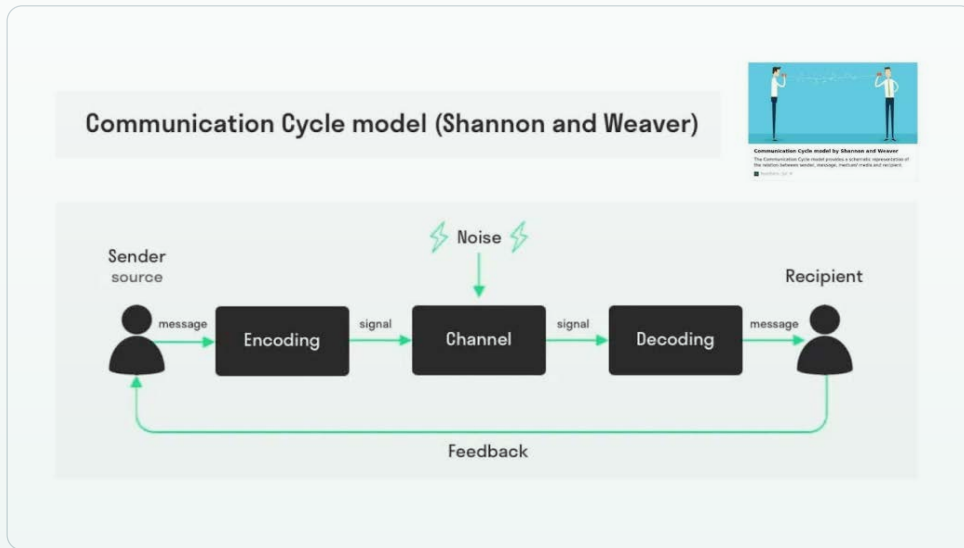
Barrières de communication

- PERCEPTUAL BARRIERS
- EMOTIONAL BARRIERS
- LANGUAGE BARRIERS
- CULTURAL BARRIERS
- PHYSICAL BARRIERS

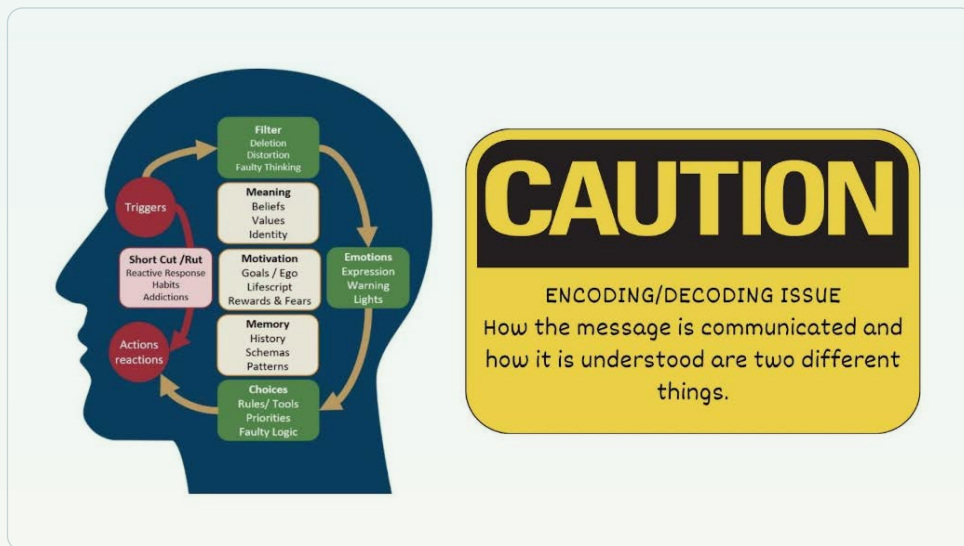
Icons include: a crossed-out speech bubble, two people with a speech bubble, two brains, a pizza and a pineapple, a laptop, and speech bubbles with words: KUMUSTA, CIAO, HI, BONJOUR, HEJ, HOLA, SALUT.

Barrières de communication

Annexes



Modèle du cycle de communication de Shannon et Weaver



“Attention” aux problèmes d’encodage/décodage



Cartes Dixit ou illustrations d’art moderne (avec des scénarios inhabituels)



Débattre des politiques médiatiques: droits, responsabilités et liberté à l'ère numérique

OBJECTIF DE LA SESSION

Explorer des sujets controversés liés aux politiques médiatiques, en se concentrant sur la responsabilité, la censure, la démocratie et la liberté d'expression.



MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Un espace ouvert, un long mur et 2 chaises
- Papier (A4) et stylos de couleur pour fabriquer des pancartes
- Ruban adhésif
- Petites cartes et stylos pour prendre des notes (facultatif)



OBJECTIFS

- Évaluer de manière critique les enjeux complexes entourant les politiques médiatiques
- Pratiquer et développer des compétences d'écoute, de discussion et de persuasion
- Promouvoir l'ouverture d'esprit et le débat coopératif sur les sujets médiatiques
- Améliorer les compétences de communication des participants



COMPÉTENCES ABORDÉES

- Pensée critique et compétences analytiques
- Connaissances civiques et engagement
- Communication efficace et débat



MÉTHODOLOGIE ET MÉTHODES

- Activité basée sur le débat
- Participation active et réflexion

1. Introduction et positionnement

5 min.

- Présentez le sujet de l'atelier et les objectifs.
- Expliquez que les participants vont débattre d'une série d'affirmations liées aux politiques médiatiques.
- Installez deux pancartes aux extrémités d'un long mur, l'une représentant "D'accord" et l'autre "Pas d'accord".
- Sélectionnez la première affirmation de la liste ci-dessous, lisez-la à haute voix et demandez aux participants de se positionner le long du mur en fonction de leur degré d'accord ou de désaccord avec celle-ci.

2. Premier tour de débat – Argument initial

5 min.

- Invitez les deux participants situés aux extrémités les plus éloignées du mur à s'asseoir sur les chaises au centre.
- En option, désignez deux personnes pour "D'accord" et deux pour "Pas d'accord" afin de permettre une plus grande diversité de perspectives.
- Chaque personne dispose de 2,5 minutes (ou, si en binôme, chaque personne a de 1 à 1,5 minute) pour expliquer pourquoi elle est d'accord ou en désaccord avec l'affirmation, en alternant si plusieurs orateurs sont présents par côté. Aucune interruption n'est autorisée ; tout le monde écoute en silence.

3. Division en groupes et préparation des arguments

5 min.

- Après les arguments initiaux, demandez aux participants de se placer derrière le(s) orateur(s) avec le(s)quel(s) ils sont le plus d'accord. Les participants au milieu doivent choisir un côté et ne peuvent pas rester indécis.
- Accordez à chaque groupe 5 minutes pour préparer leurs arguments soutenant leur position, en choisissant de nouveaux orateurs pour présenter ces arguments.

4. Deuxième tour de débat

5 min.

- Le(s) nouveau(x) porte-parole de chaque groupe prend/prennent la parole à tour de rôle (1 à 1,5 minute par orateur s'il y en a plusieurs, ou 2,5 minutes pour un seul orateur) pour présenter les arguments de leur groupe.
- Après les deux arguments, permettez aux participants de changer de côté s'ils ont trouvé les arguments du groupe adverse convaincants.

5. Deuxième tour de débat

60 min.

Poursuivez le processus avec deux affirmations supplémentaires, en consacrant environ 15 minutes à chacune. Les affirmations suggérées incluent:

- "Les organes de presse devraient être tenus légalement responsables de la diffusion de fausses informations, même si elles sont involontaires."
- "Les plateformes de réseaux sociaux ont fait plus de mal que de bien à la démocratie."
- "En temps de crise, les gouvernements devraient avoir le droit de contrôler les récits médiatiques pour assurer la stabilité."
- "La liberté de la presse ne devrait jamais être compromise, même si cela entraîne la diffusion de désinformation."

6. Débriefing

10 min.

Réunissez tous les participants en cercle et animez une discussion réflexive avec les questions suivantes:

- Quelqu'un a-t-il changé d'avis pendant les débats? Quels arguments l'ont influencé?
- Les participants ont-ils été affectés par des facteurs autres que les arguments, comme la pression des pairs ou un langage émotionnel?
- Pour ceux qui n'ont pas changé d'opinion, y avait-il une valeur à discuter de la question? Une preuve pourrait-elle éventuellement les persuader?
- Pourquoi les gens ont-ils des opinions différentes sur les politiques médiatiques? Que faut-il faire face à cette diversité de pensée dans une société démocratique?
- Toutes les opinions doivent-elles être tolérées dans une démocratie?
- Comment s'est-on senti en étant représenté par quelqu'un d'autre, et comment s'est-on senti en parlant au nom d'un groupe?



Affirmations pour la discussion

Choisissez parmi les affirmations suivantes en fonction des intérêts de votre groupe et des objectifs de l'atelier:

- "Les organes de presse devraient être tenus légalement responsables de la diffusion de fausses informations, même si elles sont involontaires."
- "Les plateformes de réseaux sociaux ont fait plus de mal que de bien à la démocratie."
- "La manipulation des médias est inévitable dans les sociétés démocratiques en raison de la compétition pour attirer l'attention."
- "Le journalisme citoyen nuit à la crédibilité des médias professionnels."
- "En temps de crise, la censure des médias peut être justifiée pour maintenir la sécurité nationale."
- "Les parents qui laissent leurs jeunes enfants utiliser des smartphones échouent en tant que modèles."
- "Les outils alimentés par l'IA pour détecter et censurer la désinformation représentent une menace significative pour la liberté d'expression."



Recommandations pour les formateurs

- Ajustez le nombre d'orateurs par côté pour permettre flexibilité et variété des perspectives. Si vous utilisez deux orateurs par côté, réduisez le temps de parole à 1-1,5 minute par orateur.
- Maintenez le positionnement initial bref pour maximiser le temps de débat.
- Encouragez les participants à penser de manière critique et à formuler des arguments persuasifs.
- Conservez une flexibilité dans le déroulement de la session pour garantir des discussions dynamiques.
- Autorisez des notes brèves pour les orateurs pendant les présentations.
- Créez une atmosphère respectueuse et ouverte, en encourageant des perspectives diverses.



Échapper au bunker: un défi moral et éthique en littératie médiatique et perception

OBJECTIF DE LA SESSION

Engager les participants dans une prise de décision critique sous pression, en réfléchissant aux biais, stéréotypes, perceptions et enjeux clés de la littératie médiatique et de la désinformation.



MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Tableau blanc ou tableau à feuilles (facultatif)
- Blocs-notes/papiers et stylos



OBJECTIFS

- Identifier comment les biais et les stéréotypes influencent nos perceptions et notre prise de décision, à l'image de l'influence des médias sur l'opinion publique
- Explorer comment des informations incomplètes ou manipulées peuvent affecter la pensée critique et le consensus de groupe
- Pratiquer la collaboration, la persuasion et la négociation dans des scénarios complexes qui reflètent les défis de la manipulation médiatique et de la désinformation



COMPÉTENCES ABORDÉES

- Pensée critique et raisonnement éthique
- Littératie médiatique, notamment en ce qui concerne l'impact des informations sélectives
- Communication, négociation et prise de décision en groupe



MÉTHODOLOGIE ET MÉTHODES

- Discussion de groupe et exercice de priorisation
- Jeu de rôle avec analyse des personnages et ajustements dynamiques
- Réflexion sur les processus de décision personnels et collectifs

1. Introduction et présentation du scénario

5 min.

Présentez le scénario aux participants:

“En temps de guerre, dix personnes se sont réfugiées dans un bunker qui s'effondre. Les secours ne peuvent sauver qu'une personne à la fois, mais il n'est pas certain que tout le monde puisse être sauvé. Le groupe doit décider qui sera priorisé pour le sauvetage.”

2. Réflexion individuelle et priorisation

10 min.

Distribuez les profils des dix occupants du bunker. Demandez à chaque participant de créer une liste personnelle classant les personnages dans l'ordre où ils pensent qu'ils devraient être secourus. Encouragez-les à réfléchir aux raisons de leurs choix, en considérant comment les informations limitées fournies peuvent influencer leurs décisions.

3. Discussion pour un consensus de groupe – Classement initial

20 min.

- Formez des petits groupes (4-5 participants chacun) et demandez aux participants de partager leurs listes individuelles et leurs raisonnements.
- Chargez chaque groupe d'arriver à un consensus sur un classement unique des dix personnages, en discutant de leurs choix et en négociant en fonction des priorités du groupe, en se concentrant sur la manière dont les discussions collectives peuvent modifier les perceptions individuelles.

4. Introduction des rebondissements des personnages

15 min.

- Présentez le « rebondissement » de chaque personnage (nouvelle information révélée à mi-parcours du scénario) et distribuez ces informations supplémentaires aux groupes.
- Permettez aux groupes de réévaluer et de discuter de leurs classements avec les nouvelles informations. Ils peuvent ajuster l'ordre en fonction des rebondissements et débattre des changements dans leurs perspectives, en se concentrant sur la manière dont les nouvelles informations peuvent modifier les opinions et les biais.

5. Consensus final de groupe et présentation

20 min.

- Demandez à chaque groupe de finaliser son classement et de préparer une brève explication pour leurs trois premiers choix et leurs trois derniers.
- Chaque groupe présente sa liste finale au grand groupe, accompagnée de son raisonnement, en mettant particulièrement en lumière les changements effectués après l'introduction des rebondissements.

6. Débriefing et réflexion

20 min.

- Animez une discussion sur le processus de prise de décision avec des questions telles que:
 - Comment les informations limitées ont-elles initialement façonné vos opinions? Les nouvelles informations ont-elles remis en question ou confirmé vos hypothèses initiales?
 - Avez-vous reconnu des biais personnels ou des stéréotypes influençant vos décisions? Comment cela se rapporte-t-il à la manière dont les médias peuvent façonner l'opinion publique?
 - Comment les dynamiques de groupe et l'introduction de nouveaux faits ont-elles modifié le résultat final?
 - Pouvez-vous penser à des exemples où les médias influencent les perceptions par des informations sélectives ou un cadrage?
 - Comment vous êtes-vous senti en faisant des compromis sur certains choix pour parvenir à un consensus?
- Réfléchissez aux thèmes plus larges de la littératie médiatique et de la désinformation en discutant de la manière dont des informations partielles ou sélectives affectent les perceptions, les décisions et le consensus public.

i

Recommandations pour les formateurs

- **Soulignez comment les biais personnels peuvent façonner les opinions et sont souvent renforcés par des informations sélectives, un élément clé dans la manipulation médiatique.**
- **Encouragez les participants à réfléchir à la manière dont ils consomment les médias et à comment ils pourraient appliquer la pensée critique pour éviter des décisions biaisées.**
- **Utilisez le débriefing pour relier les enseignements de l'activité à des scénarios médiatiques réels, aidant les participants à comprendre l'importance de la transparence et des informations complètes.**

Annexes

- 🔗 [Première partie - Échapper au bunker \(document avec les profils initiaux des personnages\)](#)
- 🔗 [Deuxième partie - Échapper au bunker \(document avec les rebondissements des personnages pour le milieu de l'activité\)](#)



Explorer les tendances et l'impact des médias en Europe

OBJECTIF DE LA SESSION

Analyser et comparer les modèles d'utilisation des médias, leur influence et leur impact à travers les pays européens, en favorisant la littératie médiatique et la pensée critique concernant les paysages médiatiques nationaux et mondiaux.



MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Ordinateurs portables ou smartphones
- Projecteur pour les présentations



OBJECTIFS

- Améliorer la compréhension des modèles d'utilisation des médias et des tendances clés dans les pays des participants
- Développer des compétences pour présenter des statistiques de données
- Identifier les impacts positifs et négatifs des médias sur la société



COMPÉTENCES ABORDÉES

- Littératie médiatique et compétences analytiques
- Pensée critique et évaluation de l'information
- Compétences en communication et en présentation



MÉTHODOLOGIE ET MÉTHODES

- Recherche et analyse de données
- Présentation numérique
- Présentations de groupe et apprentissage entre pairs

1. Introduction à l'atelier et aux tendances médiatiques mondiales

10 min.

Présentez le Rapport Numérique Mondial 2024 de Meltwater, en affichant des données générales sur les tendances d'utilisation des médias. Utilisez la diapositive d'exemple montrant le temps moyen passé sur différents types de médias à l'échelle mondiale pour donner un contexte aux participants.

2. Recherche spécifique par pays et préparation des présentations

40 min.

- Divisez les participants en équipes nationales selon leurs pays d'origine.
- Fournissez le lien du modèle Canva et demandez à chaque équipe de préparer une présentation de 2 à 3 diapositives en utilisant les données du Rapport Numérique Mondial 2024 et des recherches supplémentaires si nécessaire.
- Chaque présentation doit inclure:
 - **Statistiques clés sur l'utilisation des médias:** Mettre en évidence des données importantes telles que le temps moyen passé sur les médias, les canaux médiatiques les plus populaires et les principales raisons de la consommation médiatique dans leur pays.
 - **Un événement négatif:** Décrire un incident où les médias ont eu une influence négative significative sur l'opinion publique, la société ou la politique.
 - **Un événement positif:** Partager un exemple où les médias ont eu un impact positif sur la société, promu un changement positif ou soutenu la démocratie.

3. Présentations des équipes

30 min.

- Accordez à chaque équipe nationale 4 à 5 minutes pour présenter ses conclusions au groupe.
- Encouragez les équipes à utiliser des visuels et des données de manière efficace, en mettant l'accent sur l'impact des médias sur la société de leur pays.

4. Débriefing et réflexion

10 min.

- Animez une discussion de groupe avec les questions suivantes:
 - Quelles similitudes et différences avez-vous observées entre les pays concernant l'utilisation des médias ?
 - Comment les événements positifs et négatifs mis en avant reflètent-ils le paysage médiatique de chaque pays ?
 - Quel rôle les médias jouent-ils dans la formation de l'opinion publique et des comportements dans votre pays ?
 - Cet exercice a-t-il modifié votre perception du rôle des médias dans la société ?
- Concluez en réfléchissant à la manière dont les données et l'analyse critique peuvent nous aider à comprendre et à réagir à l'influence des médias de manière plus informée.



Recommandations pour les formateurs

- Assurez-vous que les participants ont accès à une connexion internet fiable et au Rapport Numérique Mondial 2024 de Meltwater.
- Encouragez les équipes à analyser et remettre en question de manière critique les données qu'elles trouvent, et non pas seulement à présenter des chiffres.
- Promouvez un environnement ouvert où les participants se sentent à l'aise pour partager des exemples positifs et négatifs liés aux médias dans leurs pays.

Annexes

[Rapport Numérique Mondial 2024 de Meltwater pour référence](#)

"MEDIA IN EUROPE"

EXPLORE THE MEDIA LANDSCAPE IN YOUR COUNTRY AND CREATE A DIGITAL PRESENTATION THAT SUMMARIZES YOUR FINDINGS. YOUR PRESENTATION SHOULD BE 2-3 SLIDES LONG, USING THE PROVIDED CANVA TEMPLATE.

DATA FROM THE GLOBAL DIGITAL REPORT 2023
(For example: Average time spent on media, key reasons citizens use media, most visited websites, etc.)

ONE NEGATIVE EVENT
"Present a situation where the media had a significant negative influence."

ONE POSITIVE EVENT
"Highlight a situation where media contributed to a positive outcome."

Use the Template on Canva (Max 3 slides)
<https://bit.ly/3Yapl9o>

Modèle Canva pour la présentation créée par les participants





Renforcer la littératie médiatique: comprendre la MIL, repérer les fausses nouvelles et identifier les sophismes logiques

OBJECTIF DE LA SESSION

Équiper les participants d'outils pour développer une pensée critique dans la consommation des médias en comprenant les cinq lois de la littératie médiatique et informationnelle (MIL), en apprenant à identifier les informations crédibles avec la méthode CRAAP, et en reconnaissant les sophismes logiques dans les médias.



MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Projecteur et ordinateur portable
- Articles médiatiques imprimés contenant des sophismes logiques pour une analyse en groupe
- Post-it et stylos



OBJECTIFS

- Introduire les participants aux concepts clés de la littératie médiatique et informationnelle
- Fournir des outils pour évaluer la crédibilité des informations
- Développer des compétences pour identifier les sophismes logiques dans les contenus médiatiques



COMPÉTENCES ABORDÉES

- Littératie médiatique et compétences d'analyse critique
- Raisonnement logique et reconnaissance des sophismes



MÉTHODOLOGIE ET MÉTHODES

- Présentation et explication de la MIL et de la méthode CRAAP
- Quiz interactif sur les sophismes logiques
- Activité de groupe analysant des articles médiatiques

1. Uvod u Pet zakona medijske i informacijske pismenosti (MIP)

10 min.

- Présentez l'infographie des cinq lois de la littératie médiatique et informationnelle par l'UNESCO.
- Expliquez brièvement chaque loi:
 - **Loi 1:** Importance égale de toutes les formes d'information.
 - **Loi 2:** Autonomisation de tous pour accéder et créer de l'information.
 - **Loi 3:** Reconnaissance des biais dans l'information.
 - **Loi 4:** Droit à l'information et liberté d'expression.
 - **Loi 5:** La MIL comme un processus évolutif et continu tout au long de la vie.

2. Explication de la méthode CRAAP

10 min.

- Présentez la méthode CRAAP, un outil pour évaluer la fiabilité des sources d'information.
- Définissez chaque élément:
 - **Actualité (Currency):** Pertinence temporelle de l'information.
 - **Pertinence (Relevance):** Importance de l'information pour vos besoins.
 - **Autorité (Authority):** Source de l'information.
 - **Exactitude (Accuracy):** Fiabilité et véracité du contenu.
 - **Objectif (Purpose):** Raison d'être de l'information.

3. Quiz Kahoot sur les sophismes logiques

20 min.

- Menez un quiz Kahoot couvrant les sophismes logiques courants: Ad Hominem, Homme de paille (Straw Man), Faux dilemme (False Dilemma), Pente glissante (Slippery Slope), Raisonnement circulaire (Circular Reasoning), Généralisation hâtive (Hasty Generalization), et Hareng rouge (Red Herring).
- Encouragez les participants à réfléchir de manière critique à chaque sophisme et à la manière dont il est utilisé pour manipuler les arguments.

4. Activité – Identifier les sophismes dans les médias

35 min.

- Divisez les participants en petits groupes de 4 à 5 personnes.
- Fournissez à chaque groupe des exemples imprimés d'articles médiatiques contenant des sophismes logiques.
- Demandez à chaque groupe d'identifier et d'associer les sophismes logiques aux articles.
- En plénière, l'ensemble du groupe présente ses conclusions et découvre s'il a correctement associé les articles aux sophismes logiques.

Débriefing et réflexion

15 min.

- Animez une discussion pour réfléchir à ce que les participants ont appris:
 - Comment la compréhension des cinq lois de la MIL peut-elle aider à être un consommateur de médias responsable ?
 - Comment la méthode CRAAP aide-t-elle à évaluer la crédibilité des informations ?
 - Comment la reconnaissance des sophismes logiques peut-elle améliorer la pensée critique ?

i

Recommandations pour les formateurs

- Rendez la session interactive en encourageant les questions et les exemples pendant les explications sur la MIL et la méthode CRAAP.
- Assurez-vous que les participants comprennent chaque sophisme avant de commencer l'activité de groupe.

Annexes

FIVE LAWS OF MEDIA AND INFORMATION LITERACY (MIL)

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

LAW 1
Information, communication, libraries, media, technology, the Internet as well as other forms of information providers are for use in critical civic engagement and sustainable development. They are equal in stature and none is more relevant than the other or should be ever treated as such.

LAW 2
Every citizen is a creator of information/knowledge and has a message. They must be empowered to access new information/knowledge and to express themselves. MIL is for all - women and men equally - and a nexus of human rights.

LAW 3
Information, knowledge, and messages are not always value neutral, or always independent of biases. Any conceptualization, use and application of MIL should make this truth transparent and understandable to all citizens.

LAW 4
Every citizen wants to know and understand new information, knowledge and messages as well as to communicate, even if she/he is not aware, admits or expresses that he/she does. Her/his rights must however never be compromised.

LAW 5
Media and information literacy is not acquired at once. It is a lived and dynamic experience and process. It is complete when it includes knowledge, skills and attitudes, when it covers access, evaluation/assessment, use, production and communication of information, media and technology content.

Alton Grizzle and Jagtar Singh

Image des cinq lois de la littératie médiatique et informationnelle

Annexes

Description de la
méthode CRAAP**C****Currency****The timeliness of the information**

When was the information published or posted?
 Has the information been revised or updated?
 Does your topic require current information, or will older sources work as well?
 Are the links functional?

R**Relevance****The importance of the information for your needs**

Does the information relate to your topic or answer your question?
 Who is the intended audience?
 Is the information at an appropriate level (i.e. not too elementary or advanced for your needs)?
 Have you looked at a variety of sources before determining this is one you will use?
 Would you be comfortable citing this source in your research paper?

A**Authority****The source of the information**

Who is the author/publisher/source/sponsor?
 What are the author's credentials or organizational affiliations?
 Is the author qualified to write on the topic?
 Is there contact information, such as a publisher or email address?
 Does the URL reveal anything about the author or source?
 examples: .com .edu .gov .org .net

A**Accuracy****The reliability, truthfulness and correctness of the content**

Where does the information come from?
 Is the information supported by evidence?
 Has the information been reviewed or refereed?
 Can you verify any of the information in another source or from personal knowledge?
 Does the language or tone seem unbiased and free of emotion?
 Are there spelling, grammar or typographical errors?

P**Purpose****The reason the information exists**

What is the purpose of the information? Is it to inform, teach, sell, entertain or persuade?
 Do the authors/sponsors make their intentions or purpose clear?
 Is the information fact, opinion or propaganda?
 Does the point of view appear objective and impartial?
 Are there political, ideological, cultural, religious, institutional or personal biases?

Adapted from the CSU Chico CRAAP Test for the UC San Diego Library

Annexes

QUIZ KAHOOT SUR LES SOPHISMES LOGIQUES

1/4

1. Quiz

Ne faites pas confiance à son opinion sur la politique ; elle a toujours été mauvaise en maths!

Options:

- Ad Hominem
- Hareng rouge (Red Herring)
- Pente glissante (Slippery Slope)
- Présomption divine (Divine Assumption)

Réponse:

Ad Hominem

2. Diapositive

Ad Hominem

L'Ad Hominem survient lorsqu'on attaque la personne au lieu de son argument. Au lieu de répondre à ce que la personne dit, on critique la personne elle-même. C'est comme dire: « Je n'aime pas ce que tu dis parce que je ne t'aime pas. »

3. Quiz

Vous voulez plus de fonds pour l'éducation? Donc vous pensez que l'argent résout tout?

Options:

- Dysfonctionnement cognitif (Cognitive Malfunction)
- Fausse cause-effet (False Cause Effect)
- Pente glissante (Slippery Slope)
- Homme de paille (Straw Man)

Réponse:

Homme de paille

4. Diapositive

Homme de paille

L'Homme de paille survient lorsqu'on déforme ou exagère l'argument d'une autre personne pour le rendre plus facile à attaquer. C'est comme créer une version fautive de l'argument (un "homme de paille") et ensuite démolir cette fautive version au lieu de l'argument réel.

Annexes

QUIZ KAHOOT SUR LES SOPHISMES LOGIQUES

2/4

5. Quiz

Soit vous soutenez la liberté d'expression, soit vous détestez la liberté.

Options:

- Ad Astra
- Affirmation circulaire (Circular Claim)
- Contradiction des termes (Contradiction of Terms)
- Faux dilemme (False Dilemma)

Réponse:

Faux dilemme

6. Diapositive**Faux dilemme**

Le Faux dilemme se produit lorsqu'on présente seulement deux choix, comme s'il n'y avait que ces options, alors qu'en réalité, d'autres possibilités existent. Cela force les gens à choisir entre deux extrêmes, ignorant les alternatives disponibles.

7. Quiz

Si nous interdisons les boissons sucrées, ensuite ils interdiront aussi les pizzas et les burgers!

Options:

- Faux dilemme (False Dilemma)
- Argument écologique (Eco-Argument)
- Pente glissante (Slippery Slope)
- Fausse approbation (False Approval)

Réponse:

Pente glissante

8. Diapositive**Pente glissante**

La Pente glissante est un sophisme où l'on prétend qu'une petite étape entraînera inévitablement une chaîne de conséquences extrêmes et négatives, sans preuve que ces conséquences se produiront réellement.

Annexes

QUIZ KAHOOT SUR LES SOPHISMES LOGIQUES

3/4

9. Quiz

J'ai rencontré une personne impolie à Paris, donc tous les habitants de Paris doivent être impolis.

Options:

- Généralisation hâtive (Hasty Generalization)
- Argument réservé aux vacances (Vacation-Only Argument)
- Pente glissante (Slippery Slope)
- Faux dilemme (False Dilemma)

Réponse:

Généralisation hâtive

10. Diapositive

Généralisation hâtive

La Généralisation hâtive est un sophisme où l'on tire une conclusion générale basée sur des preuves insuffisantes ou non représentatives. Ce sophisme peut mener à des stéréotypes et des malentendus car il simplifie à outrance des situations complexes.

11. Quiz

Pourquoi s'inquiéter du changement climatique? Concentrons-nous plutôt sur les taux de criminalité!

Options:

- Homme de paille (Straw Man)
- Hareng rouge (Red Herring)
- Homme aquatique (Aqua Man)
- Faux dilemme (False Dilemma)

Réponse:

Hareng rouge

12. Diapositive

Hareng rouge

Le Hareng rouge est un sophisme qui introduit des informations hors sujet pour détourner l'attention du problème principal. C'est comme changer de sujet pour embrouiller ou égarer les autres. Au lieu de répondre à l'argument, il distrait avec quelque chose d'inutile.

Annexes

QUIZ KAHOOT SUR LES SOPHISMES LOGIQUES

4/4

13. Quiz

Elle est une musicienne talentueuse parce qu'elle joue bien de la musique.

Options:

- Raisonement circulaire (Circular Reasoning)
- Hareng rouge (Red Herring)
- Pente glissante (Slippery Slope)
- Faux dilemme (False Dilemma)

Réponse:

Raisonement circulaire

14. Diapositive

Raisonement circulaire

Le Raisonement circulaire se produit lorsque la conclusion d'un argument est utilisée comme prémisse, répétant essentiellement l'affirmation sans apporter de preuve. C'est comme dire: "C'est vrai parce que c'est vrai." L'argument tourne en rond sans rien prouver.



Annexes

EXEMPLES MÉDIATIQUES AVEC DES SOPHISMES LOGIQUES

1/4

1. Ad Hominem**“Pourquoi devrions-nous faire confiance à un sceptique du climat comme le Dr Brown?”****Extrait de l'article:**

“Le Dr Brown affirme que le changement climatique est exagéré et n'est pas une crise urgente. Mais peut-on vraiment faire confiance à quelqu'un qui n'a jamais travaillé comme climatologue et qui a admis posséder plusieurs voitures gourmandes en essence? Au lieu de l'écouter, nous devrions nous tourner vers de vrais experts qui se soucient de l'environnement.”

Analyse:

Cet article attaque le parcours personnel du Dr Brown plutôt que de répondre à ses arguments sur le changement climatique. En se concentrant sur son manque d'expertise et ses choix de vie, l'article évite de s'engager sur le fond de ses affirmations, ce qui en fait un sophisme Ad Hominem.

2. Homme de paille (Straw Man)**“Les critiques de la régulation des réseaux sociaux veulent un internet sans lois”****Extrait de l'article:**

“Les opposants à la régulation des réseaux sociaux soutiennent que ces plateformes ne devraient avoir aucune restriction. Ils veulent un internet totalement libre et non régulé, ce qui permettrait aux discours de haine, aux fausses nouvelles et aux activités criminelles de se propager sans contrôle. Mais un environnement en ligne sûr et civilisé nécessite une supervision.”

Analyse:

Cet article déforme la position des opposants en suggérant que quiconque est contre la régulation veut un internet “sans lois”. La plupart des critiques ne prônent pas zéro restriction, mais un équilibre. Cette déformation est un sophisme Homme de paille.

Annexes

EXEMPLES MÉDIATIQUES AVEC DES SOPHISMES LOGIQUES

2/4

3. Faux dilemme (False Dilemma)**“Interdisons les jeux vidéo violents ou regardons les taux de criminalité exploser”****Extrait de l'article:**

“La société doit choisir: soit nous interdisons totalement les jeux vidéo violents, soit nous continuons à voir la violence augmenter chez les jeunes. Les preuves sont claires – les jeux vidéo violents mènent à des comportements agressifs, et si nous n'agissons pas maintenant, notre société en subira les conséquences.”

Analyse:

Cet article ne présente que deux options: interdire les jeux vidéo violents ou voir la violence augmenter, ignorant d'autres solutions possibles (comme de meilleurs contrôles parentaux ou des programmes éducatifs). En limitant les choix, il utilise un sophisme Faux dilemme.

4. Pente glissante (Slippery Slope)**“Autoriser le travail à distance détruira la culture d'entreprise”****Extrait de l'article:**

“Laisser les employés travailler de chez eux peut sembler attrayant, mais c'est le début de la fin pour la culture d'entreprise. Aujourd'hui, c'est le travail à distance, et demain, les entreprises auront du mal à imposer la moindre norme. Finalement, l'idée d'un lieu de travail professionnel deviendra obsolète, et la productivité chutera partout.”

Analyse:

L'article suggère que permettre le travail à distance entraînera une série de conséquences négatives, jusqu'à “détruire” la culture d'entreprise. C'est un sophisme Pente glissante car il suppose qu'une action mènera inévitablement à des résultats extrêmes sans preuve de cette progression.

Annexes

EXEMPLES MÉDIATIQUES AVEC DES SOPHISMES LOGIQUES

3/4

5. Raisonnement circulaire (Circular Reasoning)**“Les réseaux sociaux sont nuisibles car ils sont mauvais pour la santé mentale”****Extrait de l'article:**

“Les réseaux sociaux ont un impact néfaste sur les utilisateurs car ils sont mauvais pour la santé mentale. Les gens passent des heures à défiler les publications, ce qui les affecte négativement. Cela montre clairement que les réseaux sociaux sont nuisibles.”

Analyse:

L'argument ici est circulaire: il affirme que les réseaux sociaux sont nuisibles car ils sont mauvais pour la santé mentale, sans apporter de raisonnement ou de preuve extérieure. Cette répétition sans justification est une marque du Raisonnement circulaire.

6. Généralisation hâtive (Hasty Generalization)**“Les jeunes ne lisent plus de livres”****Extrait de l'article:**

“D'après une récente enquête auprès de 20 étudiants d'une seule université, il est clair que les jeunes ont perdu tout intérêt pour les livres. Aucun des étudiants interrogés ne pouvait nommer un roman classique, prouvant que la jeune génération ne lit tout simplement pas.”

Analyse:

L'article généralise à partir d'un échantillon réduit et non représentatif, affirmant que tous les jeunes ne lisent pas de livres sur la base de preuves limitées. C'est un exemple de sophisme Généralisation hâtive.

EXEMPLES MÉDIATIQUES AVEC DES SOPHISMES LOGIQUES

4/4

7. Hareng rouge (Red Herring)

“Pourquoi s’inquiéter du changement climatique alors qu’il y a tant de pauvreté?”

Extrait de l'article:

“Alors que tout le monde parle du changement climatique, nous devrions nous rappeler que des millions de personnes dans le monde vivent encore dans la pauvreté. Au lieu de se concentrer sur les problèmes environnementaux, ne devrions-nous pas donner la priorité à l'éradication de la faim et de la pauvreté?”

Analyse:

Cet article détourne l'attention du changement climatique en évoquant la pauvreté, qui est un problème distinct. Cette tactique de diversion est un sophisme Hareng rouge, qui distrait les lecteurs du sujet initial.





Laboratoire des conspirations: explorer la manipulation médiatique et la propagation de la désinformation

OBJECTIF DE LA SESSION

Explorer comment les théories du complot sont créées et comprendre les stratégies utilisées pour propager la désinformation, en engageant les participants dans une réflexion critique et une littératie médiatique.



MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Cahiers et stylos
- Projecteur



OBJECTIFS

- Comprendre comment la désinformation et les théories du complot sont structurées et diffusées
- Développer une prise de conscience des tactiques persuasives utilisées dans la désinformation
- Favoriser la créativité, la collaboration et la pensée critique



COMPÉTENCES ABORDÉES

- Littératie médiatique et analyse critique
- Pensée créative et travail d'équipe
- Compréhension de l'impact de la manipulation médiatique



MÉTHODOLOGIE ET MÉTHODES

- Remue-méninges en groupe et tâches créatives
- Jeu de rôle et présentation
- Réflexion et débriefing sur le pouvoir de la désinformation

1. Introduction à l'atelier

10 min.

- Expliquez que les participants travailleront en groupes pour créer une théorie du complot fictive, afin de comprendre les techniques et tactiques qui rendent ces théories persuasives et mémorables.
- Présentez les objectifs de l'atelier, en soulignant comment cette activité peut aider à développer la littératie médiatique et la conscience critique.
- Divisez les participants en petits groupes de 4 à 5 personnes.
- Les tâches sont:
 - Créer un nom accrocheur et un slogan pour leur théorie du complot ou mouvement.
 - Définir la croyance centrale ou l'idée principale de leur théorie (150-200 mots), en expliquant quel "secret" ils veulent révéler.
 - Développer au moins 3 "preuves" pour soutenir leur théorie (par exemple, faux documents, recherches mal interprétées).
 - Créer 2 à 3 mèmes simples pour promouvoir la théorie en ligne, en réfléchissant à comment ceux-ci pourraient susciter de l'intérêt.
 - Optionnel: Filmer une vidéo promotionnelle de 1 à 2 minutes pour diffuser leur message.

2. Travail de groupe – Création de la conspiration

40 min.

- Laissez les groupes faire un remue-méninges et travailler sur chaque tâche. Encouragez la créativité et rappelez-leur que l'objectif est de comprendre comment les théories du complot utilisent des tactiques persuasives, et non de promouvoir de la vraie désinformation.
- Fournissez un soutien si nécessaire, en particulier pour les étapes des "preuves" et de la création de mèmes. Si des ressources sont disponibles, guidez les participants vers des outils en ligne pour créer leurs mèmes ou enregistrer des vidéos.

3. Présentations des groupes avec démystification par le public

25 min.

- Chaque groupe présente sa théorie du complot au public.
- **Démystification par le public** (1 minute par présentation): Après chaque présentation, donnez au public 1 minute pour contester ou démystifier la théorie du complot présentée. Ils peuvent remettre en question la validité des "preuves", signaler des sophismes logiques ou proposer des contre-arguments pour révéler les faiblesses de la théorie.

4. Débriefing et réflexion

35 min.

- Animez une discussion de groupe sur l'exercice, en vous concentrant sur des questions telles que:
 - Quels éléments ont rendu votre théorie du complot persuasive?
 - Comment les "preuves" et les mèmes ont-ils contribué à rendre la théorie crédible?
 - Comment la démystification par le public a-t-elle affecté votre vision de la théorie?
 - En quoi cette activité reflète-t-elle la manière dont les vraies théories du complot et la désinformation se propagent?
 - Quels sont les risques de partager des informations non vérifiées ou manipulées dans la vie réelle?
- Soulignez l'importance de vérifier les informations et encouragez les participants à réfléchir de manière critique aux médias qu'ils consomment.



Recommandations pour les formateurs

- Encouragez les participants à rester respectueux pendant le segment de démythification, en se concentrant sur une critique constructive et une analyse critique plutôt que sur des opinions personnelles.
- Maintenez une atmosphère amusante et créative, en rappelant aux participants que cette activité est un exercice pour comprendre la désinformation.
- Utilisez le débriefing pour relier les résultats de l'activité aux compétences de littératie médiatique dans le monde réel et à l'importance de la pensée critique.

Annexes



Diapositive des tâches de groupe pour référence

GROUP TASKS (1PT X TASK)

- 1 Create a catchy name and slogan for your conspiracy theory, sect, or movement. Think of how real-life conspiracy theories or movements get recognized and attract attention.
- 2 Define the central belief or the main idea of your conspiracy or movement. Is it a secret that the government is hiding? A new religion based on unusual practices? Create a short description (150-200 words)
- 3 Use creative thinking to develop at least 3 pieces of "evidence" that would make people believe your theory. This could be in the form of fake documents, misunderstood scientific research, ancient prophecies, etc.
- 4 Create a couple of simple memes that could be shared widely. Think about how these could be used to spark conversation or viral trends.
- 5 Create a 1-2 minute promotional video that spreads the message of your conspiracy or movement. This could be in the style of a news report, a public service announcement, or a testimony from a "believer." (OPTIONAL IF YOU HAVE TIME, BUT IT COULD BE FUNNY, IF YOU CANNOT PREPARE A NICE SPEECH)

0/5PT



Paysage médiatique dans la société actuelle à travers l'art

OBJECTIF DE LA SESSION

Explorer les perceptions personnelles du paysage médiatique à travers une expression créative, en utilisant la peinture et le collage comme moyens pour transmettre des émotions, des idées et des critiques sur les médias modernes.



MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Peintures (acrylique, aquarelle, etc.)
- Pinceaux et palettes de peinture
- Vieux magazines et journaux pour le matériel de collage
- Ciseaux et colle
- Grandes feuilles de papier ou toiles pour chaque participant



OBJECTIFS

- Offrir un espace créatif permettant aux participants d'exprimer leurs pensées et sentiments sur l'influence des médias
- Encourager une expression non littérale et abstraite, en mettant l'accent sur les émotions, les textures et la représentation symbolique
- Favoriser des discussions sur la manière dont les médias façonnent nos perceptions et affectent nos vies



COMPÉTENCES ABORDÉES

- Littératie médiatique et pensée critique
- Expression créative à travers les arts visuels
- Conscience émotionnelle et réflexion



MÉTHODOLOGIE ET MÉTHODES

- Création artistique individuelle avec accompagnement
- Réflexion et partage en groupe

1. Introduction à l'atelier

10 min.

- Commencez par expliquer les objectifs de l'atelier: représenter visuellement le paysage médiatique et son impact sur chaque participant en utilisant un art abstrait et non littéral.
- Montrez aux participants des exemples et des sources d'inspiration pour les aider à réfléchir à la manière dont ils pourraient utiliser les couleurs, les formes et les textures pour exprimer des sentiments complexes à propos des médias.

2. Lignes directrices pour la création

5 min.

- Encouragez les participants à explorer des questions telles que:
 - Comment les médias me font-ils sentir?
 - Quelles couleurs ou textures représentent ma perception des nouvelles, des réseaux sociaux ou de l'information numérique?
 - Y a-t-il des symboles ou des motifs qui me viennent à l'esprit quand je pense à l'influence des médias?

3. Création artistique – Exprimer le paysage médiatique

50 min.

- Laissez aux participants suffisamment de temps pour travailler sur leurs œuvres, en utilisant les matériaux fournis.
- Encouragez-les à expérimenter différentes techniques, telles que:
 - Superposer de la peinture avec du collage pour donner une impression de "chevauchement" dans les messages médiatiques.
 - Utiliser des couleurs vives ou sombres pour représenter des sentiments de confiance, d'anxiété, d'excitation ou de saturation.
 - Ajouter des images ou des formes fragmentées pour symboliser la fragmentation, le bruit ou la distorsion dans les médias.
- Circulez pour offrir des conseils et un soutien si nécessaire, en aidant les participants à réfléchir à la manière de représenter visuellement des concepts abstraits.

4. Réflexion et partage en groupe

20 min.

- Une fois que chacun a terminé son œuvre, invitez les participants à exposer leurs créations.
- Encouragez chaque personne à partager:
 - Ses choix artistiques (couleurs, textures, formes) et ce qu'ils représentent.
 - Ses pensées et émotions concernant le paysage médiatique.
 - Toute réflexion personnelle qu'ils ont eue pendant le processus de création sur la manière dont les médias affectent leurs points de vue et leurs sentiments.
- Animez une discussion ouverte, permettant aux participants de se connecter sur des thèmes communs ou des perspectives différentes sur l'influence des médias.

5. Remarques de clôture

5 minutes

- Concluez en réfléchissant à la manière dont la créativité et l'art abstrait peuvent nous aider à traiter des idées complexes sur la société et les médias.
- Renforcez l'importance de la pensée critique et de la conscience de soi lors de l'interaction avec les médias, et encouragez les participants à continuer à explorer ces réflexions dans leur consommation quotidienne des médias.



Recommandations pour les formateurs

- Créez un environnement détendu et bienveillant qui encourage la liberté artistique.
- Rappelez aux participants qu'il n'y a pas de manière "correcte" ou "incorrecte" d'interpréter le paysage médiatique ; chaque œuvre est personnelle et subjective.
- Offrez des retours positifs pendant le partage pour renforcer la confiance et favoriser une discussion ouverte.

Annexes



Images/diapositives inspirantes pour référence

Atelier des participants 2: “Les médias doivent-ils être censurés?”

OBJECTIF DE LA SESSION

L'objectif de cette session est d'aider les participants à explorer et comprendre différentes perspectives sur la censure des médias en jouant le rôle de figures politiques dans un débat. Elle encourage la pensée critique sur la liberté d'expression, la sécurité publique et l'influence des médias sur la société. À travers cette activité, les participants développeront des compétences en argumentation et comprendront comment les parcours personnels façonnent les points de vue.



MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Papier et stylos
- Cartes de vote pour l'élection



OBJECTIFS

- Comprendre l'importance des campagnes politiques et apprendre à analyser différentes perspectives à travers un jeu de rôle
- Explorer les implications éthiques et sociétales de la censure des médias
- Pratiquer l'argumentation persuasive et la pensée critique



COMPÉTENCES ABORDÉES

- Littératie médiatique
- Connaissance civique et engagement
- Argumentation et pensée critique



MÉTHODOLOGIE ET MÉTHODES

- Simulation par jeu de rôle
- Format de débat
- Travail de groupe et réflexion guidée

1. Division des groupes et instructions

10 min.

- Divisez les participants en trois groupes égaux et expliquez le but de l'activité: jouer le rôle de figures politiques ayant des perspectives uniques sur la censure des médias.
- Fournissez à chaque groupe le profil d'une figure politique qu'ils représenteront. Soulignez l'importance de comprendre et de défendre la perspective de leur personnage, indépendamment de leurs opinions personnelles. Encouragez les participants à incarner pleinement leurs rôles.

2. Préparation des groupes

15 min.

Chaque groupe discute des croyances de son personnage et prépare des arguments pour soutenir sa position sur la censure des médias. Ils doivent créer des points de discussion persuasifs, anticiper les contre-arguments et utiliser les informations supplémentaires des profils pour enrichir leurs arguments.

3. Debata i prezentacija

30 min.

- Chaque groupe choisit un porte-parole pour présenter la position de son personnage, en expliquant pourquoi cette perspective sur la censure des médias est valable.
- Après chaque présentation, ouvrez la parole pour deux questions du public, mettant au défi les points de vue de chaque porte-parole. Les membres du public peuvent s'appuyer sur les informations supplémentaires des profils pour approfondir leurs questions sur la position de chaque personnage.

4. Élection et vote

10 min.

Distribuez des cartes de vote à chaque participant. Demandez-leur de voter en fonction de la force des arguments présentés, et non de leurs opinions personnelles.

5. Annonce du gagnant

5 min.

Collectez et comptez les votes, puis désignez le candidat gagnant en fonction de celui qui a reçu le plus de voix.

6. Débriefing/Facilitation

5 min.

- **Questions de réflexion:**
 - Comment vous êtes-vous senti en adoptant un personnage avec des opinions différentes des vôtres?
 - Comment l'incarnation de ces rôles a-t-elle affecté votre empathie envers différents points de vue sur la censure?
 - Quels ont été les arguments les plus convaincants que vous avez entendus, et pourquoi?
 - Pensez-vous que les médias peuvent être une source d'information fiable? Quels facteurs affectent leur fiabilité?
 - Si vous teniez ces opinions dans la vraie vie, vivriez-vous selon les mêmes normes que celles que vous défendez? Pourquoi ou pourquoi pas?
 - De quelles manières la censure des médias pourrait-elle impacter les valeurs démocratiques et la société?
 - Quelles pourraient être les conséquences, positives et négatives, d'un média sans restriction?

Recommandations pour les formateurs

- Rappelez aux participants de respecter les différentes opinions et de jouer leur rôle avec respect.
- Encouragez les groupes à adopter pleinement leurs rôles, y compris en utilisant les détails supplémentaires des personnages pour enrichir leurs présentations.
- Guidez les participants à se concentrer sur la force des arguments plutôt que sur des attaques personnelles ou des désaccords.
- Mettez en lumière le lien entre ce jeu de rôle et les perspectives réelles sur la censure des médias, en particulier les complexités et les considérations éthiques impliquées.

Annexes

PROFILS DES PERSONNAGES

1/2

Anna Pottersson

Croyance:

Les médias devraient être censurés par des agences gouvernementales pour garantir que seuls des récits positifs soient promus, maintenant la cohésion sociale et la paix. Tout récit critique doit être approuvé par une agence; sinon, ceux qui le partagent risquent des poursuites judiciaires.

Informations supplémentaires:

- Âge: 42 ans
- Religion: Catholique, fréquente l'église
- Famille: 7 enfants, pro-vie
- Secrets: Alcoolique fonctionnelle en secret, liaison avec une femme de 26 ans
- Position politique: Droite à extrême droite

Goran Berry

Croyance:

S'oppose à toute forme de censure des médias. Considère que toutes les perspectives doivent être partagées car la liberté d'expression est un droit fondamental. Les perspectives d'extrême droite et d'extrême gauche sont toutes deux nécessaires dans un monde libre.

Informations supplémentaires:

- Âge: 33 ans
- Statut: Célibataire, gay, féministe
- Intérêts: Aime les festivals rave, ancien danseur de Magic Mike
- Activisme: Activiste vert mais prend l'avion 200 fois par an
- Position politique: Gauche

Annexes

PROFILS DES PERSONNAGES

2/2

Giuseppe Bleu

Croyance:

Les perspectives d'extrême droite et d'extrême gauche devraient être interdites dans les espaces publics. Encouragement des débats sains qui évitent les extrêmes, soutenant la liberté d'expression mais avec une responsabilité d'éviter la toxicité.

Informations supplémentaires:

- Âge: 55 ans
- Préférences personnelles: Aime de l'ananas sur la pizza
- Historique relationnel: Divorcé trois fois, promeut les valeurs familiales
- Secrets: Découvert avec environ 50 abonnements OnlyFans
- Position politique: Centre-droit





Atelier des participants 3: Agression silencieuse: démasquer les signes du cyberharcèlement

OBJECTIF DE LA SESSION

Cet atelier vise à sensibiliser au cyberharcèlement, en aidant les participants à identifier différentes formes de cyberharcèlement à travers des jeux de rôle interactifs. Les participants découvriront les divers types de cyberharcèlement, comprendront leur impact et exploreront des moyens de les aborder et de les prévenir.



MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Copies imprimées de l'introduction, de l'exercice de correspondance et des scénarios
- Stylos, post-it et marqueurs



OBJECTIFS

- Accroître la sensibilisation au cyberharcèlement et à ses effets émotionnels et psychologiques
- Aider les participants à identifier les différentes formes de cyberharcèlement

1. Introduction au cyberharcèlement

10 min.

- Commencez par un aperçu du cyberharcèlement et de son impact sur les victimes. Expliquez que le cyberharcèlement peut prendre diverses formes, telles que le harcèlement, l'usurpation d'identité, le doxxing, l'exclusion, la révélation de secrets (outing), le trolling et l'humiliation publique.
- Utilisez la diapositive d'introduction pour présenter les principales formes de cyberharcèlement et discutez brièvement de la manière dont chaque type peut affecter une victime sur le plan émotionnel et psychologique.

2. Activité d'échauffement – Exercice de correspondance

10 min.

Distribuez des copies imprimées de l'exercice de correspondance, où les participants reçoivent différentes situations de cyberharcèlement et doivent associer chaque situation au type correspondant de cyberharcèlement.

Exercice de correspondance:

1. Cybertraque (Cyberstalking)

E: Alexandre reçoit des messages offensants d'un profil inconnu, suivis de menaces impliquant ses informations personnelles. Il est anxieux et effrayé, ignorant l'identité du traqueur.

2. Exclusion dans un groupe de discussion

D: Emma est retirée d'un groupe de discussion par ses amis sans explication, ce qui la laisse isolée

3. Usurpation d'identité et faux profil

B: Une personne inconnue pirate le compte de réseaux sociaux de Sarah, se faisant passer pour elle. Elle publie des commentaires grossiers et envoie des messages offensants à ses amis, nuisant à sa réputation.

4. Doxxing (Partage d'informations personnelles)

C: NAprès une dispute sur Twitter, l'adresse de Maria est publiée en ligne, entraînant des menaces.

5. PMenace de revenge porn

A: Ana reçoit un message de son ex-petit ami menaçant de publier des photos intimes d'elle en ligne à moins qu'elle n'accepte de le rencontrer.

Pregledajte Réponsee sa skupinom, diskutirajte o karakteristikama svakog oblika zlostavljanja na internetu i naglasite razlike između njih.

3. Activité principale – Préparation du jeu de rôle sur des scénarios de cyberharcèlement

20 min.

Divisez les participants en petits groupes et attribuez à chaque groupe un scénario. Chaque scénario représente un type différent de cyberharcèlement et fournit une situation détaillée à mettre en scène.

- Scénarios:
 - Exclusion
 - Usurpation d'identité
 - Doxing
 - Cybertraque
 - Menace de revenge porn

Chaque groupe prépare un court jeu de rôle pour mettre en scène son scénario, en mettant en lumière comment le type de cyberharcèlement se déroule et ses effets sur la victime.

4. Représentation théâtrale

30 min

- Chaque groupe présente son jeu de rôle devant l'ensemble du groupe.
- Le groupe doit deviner quelle forme de cyberharcèlement est représentée dans la performance.

5. Débriefing et facilitation

20 min

- Menez une discussion de groupe pour réfléchir à l'exercice. Utilisez les questions suivantes pour aider les participants à traiter ce qu'ils ont appris et discuter des stratégies pour faire face au cyberharcèlement:
 - Što ste naučili iz ove radionice o različitim oblicima zlostavljanja na internetu?
 - Kako ste se osjećali dok ste glumili ili gledali druge kako glume svoje Scénarioe?
 - Što možete poduzeti ako doživite zlostavljanje na internetu ili mu svjedočite?
 - Što trebamo činiti kako bismo spriječili zlostavljanje na internetu u našim zajednicama?
- Résumez les points clés, en soulignant l'importance de la sensibilisation, des réseaux de soutien et des ressources telles que les mécanismes de signalement et les cadres juridiques pour lutter contre le cyberharcèlement.

i

Recommandations pour les formateurs

- Qu'avez-vous appris de cet atelier sur les différents types de cyberharcèlement?
- Comment vous êtes-vous senti en jouant ou en regardant les scénarios?
- Quelles actions pouvez-vous entreprendre si vous êtes témoin ou victime de cyberharcèlement?
- Comment pouvons-nous travailler à prévenir le cyberharcèlement dans nos communautés?

Annexes

INFORMATIONS D'INTRODUCTION SUR LE CYBERHARCÈLEMENT

Harcèlement

Envoi répété de messages offensants ou de menaces.

Usurpation d'identité

Se faire passer pour quelqu'un d'autre pour nuire à sa réputation.

Doxxing

Révéler des informations personnelles sur quelqu'un sans son consentement.

Exclusion

Exclure intentionnellement quelqu'un de groupes ou d'activités en ligne.

Outing

Partager des informations personnelles ou embarrassantes sur quelqu'un.

Trolling

Provoquer ou contrarier quelqu'un par des commentaires incendiaires.

Humiliation publique

Publier des images ou des commentaires humiliants publiquement.

Annexes

DOCUMENT DE L'EXERCICE DE CORRESPONDANCE

Associez chaque type de cyberharcèlement à la situation correspondante, mélangez avant impression.

Cybertraque (Cyberstalking)

E: Alexandre reçoit des messages offensants d'un profil inconnu, suivis de menaces impliquant ses informations personnelles. Il est anxieux et effrayé, ignorant l'identité du traqueur.

Usurpation d'identité et faux profil

B: Une personne inconnue pirate le compte de réseaux sociaux de Sarah, se faisant passer pour elle. Elle publie des commentaires grossiers et envoie des messages offensants à ses amis, nuisant à sa réputation.

Exclusion dans un groupe de discussion

D: Emma est retirée d'un groupe de discussion par ses amis sans explication, ce qui la laisse isolée.

Menace de revenge porn

A: Ana reçoit un message de son ex-petit ami menaçant de publier des photos intimes d'elle en ligne à moins qu'elle n'accepte de le rencontrer. Il la prévient que si elle refuse, il enverra les images à sa famille et à ses amis. Elle se sent effrayée et piégée, ne sachant que faire.

Doxxing (Partage d'informations personnelles)

C: Après une dispute sur Twitter, l'adresse de Maria est publiée en ligne, entraînant des menaces

Annexes

DOCUMENT DES SCÉNARIOS DE JEU DE RÔLE

1/3

Exclusion**Scénario:**

Dans un cadre lycéen, Liam (Victime) découvre que ses camarades Emily (Leader du groupe), Jake (Ami) et Sophia (Témoin) ont créé un nouveau groupe de discussion pour un projet de classe sans l'inviter.

- Liam se sent blessé et isolé lorsqu'il apprend l'existence du projet par Sophia, qui exprime son inquiétude face à son exclusion.
- Emily pense que Liam ne contribuera pas, alors elle l'exclut de la planification du projet.
- Jake n'est pas sûr de cette décision mais suit Emily.
- Sophia encourage Liam, suggérant qu'il parle à Emily pour être inclus.

Usurpation d'identité**Scénario:**

Jessica (Victime) se réveille et découvre que son compte de réseaux sociaux a été piraté. Le pirate, Alex (Auteur), publie des commentaires embarrassants et envoie des messages inappropriés aux amis de Jessica, dont Megan (Amie) et Ryan (Ami préoccupé).

- Jessica est dévastée alors que ses amis commencent à réagir négativement aux publications.
- Alex profite du chaos qu'il crée et continue d'usurper l'identité de Jessica en ligne.
- Megan voit les publications et se sent confuse, pensant que Jessica a changé.
- Ryan remarque que quelque chose ne va pas et contacte Jessica pour l'informer du comportement étrange en ligne, l'incitant à agir.

Annexes

DOCUMENT DES SCÉNARIOS DE JEU DE RÔLE

2/3

Doxxing**Scénario:**

Mark (Victime) participe à un débat en ligne animé sur un sujet controversé. Après le débat, Tina (Trolleuse) riposte en publiant les informations personnelles de Mark en ligne, y compris son adresse et son numéro de téléphone.

- Mark se sent violé et effrayé lorsqu'il voit ses données personnelles partagées publiquement.
- Tina fait cela pour intimider Mark et réduire ses opinions au silence.
- Sarah (Amie solidaire) remarque la détresse de Mark et propose de l'aider à signaler l'incident de doxxing.
- David (Officier de police) conseille Mark sur la manière de se protéger et discute des démarches juridiques qu'il peut entreprendre contre Tina.

Cybertraque (Cyberstalking)**Scénario:**

Sophie (Victime) commence à recevoir des messages troublants d'un compte anonyme. Le traqueur, Chris (Cybertraqueur), la suit sur plusieurs plateformes de réseaux sociaux et lui envoie des messages personnels.

- Sophie se sent anxieuse alors que les messages deviennent de plus en plus intrusifs, la faisant craindre pour sa sécurité.
- Chris trouve des moyens de recueillir des informations sur Sophie, les utilisant pour la menacer.
- Rachel (Amie solidaire) remarque l'anxiété de Sophie et l'encourage à parler de ce qui se passe.
- L'officier Kim (Officier de police) intervient lorsque Sophie signale la situation, lui fournissant des conseils pour rester en sécurité et documenter le harcèlement.

Annexes

DOCUMENT DES SCÉNARIOS DE JEU DE RÔLE

3/3

Menace de revenge porn

Scénario:

Ethan (Victime) reçoit un message menaçant de son ex-petite amie, Anna (Auteure), qui menace de partager des photos intimes de lui à moins qu'il n'accepte de la rencontrer.

- Ethan se sent piégé et effrayé en envisageant les conséquences de sa menace.
- Anna utilise les photos intimes comme levier pour manipuler Ethan afin qu'il la rencontre à nouveau.
- Zoe (Meilleure amie) remarque la détresse d'Ethan et l'encourage à tenir tête à Anna et à signaler son comportement.
- Tom (Conseiller) conseille Ethan sur la manière de gérer la situation, discutant de l'impact émotionnel et fournissant des ressources de soutien.



Analyse des biais médiatiques et du cadrage: une étude comparative

OBJECTIF DE LA SESSION

Développer des compétences de pensée critique dans la consommation des médias en analysant comment différentes sources présentent le même événement, en identifiant les biais, les techniques de manipulation et l'impact du cadrage sur la perception.



MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Accès à Ground.News ou une plateforme similaire qui met en évidence les biais politiques dans les médias
- Ordinateurs portables, tablettes ou smartphones pour accéder aux articles et projecteur
- Cahiers et stylos pour prendre des notes



OBJECTIFS

- Sensibiliser à la présence des biais médiatiques et à leur influence sur la présentation de l'information
- Pratiquer l'analyse critique du ton, du langage, de la manipulation et du cadrage dans les articles médiatiques
- Comprendre comment différentes perspectives façonnent la perception publique des événements actuels



COMPÉTENCES ABORDÉES

- Littératie médiatique et analyse critique
- Compréhension et identification des techniques de biais et de cadrage
- Compétences en communication efficace et en présentation



MÉTHODOLOGIE ET MÉTHODES

- Analyse de groupe d'articles médiatiques
- Comparaison et présentation
- Discussion et réflexion sur l'influence des médias

1. Introduction aux biais médiatiques et au cadrage

10 min.

- Présentez le concept des biais médiatiques et du cadrage, en expliquant comment les biais politiques et le langage peuvent façonner notre compréhension des événements. Cela peut être fait en montrant les différentes fonctionnalités offertes par Ground.News ou des plateformes similaires.
- Exposez l'objectif de l'atelier: examiner et comparer des articles sur le même événement provenant de sources orientées à gauche et à droite pour identifier les biais, les techniques de manipulation et le cadrage.

2. Lignes directrices pour l'analyse des articles

10 min.

- Demandez aux participants de choisir deux articles sur le même événement: un d'une source orientée à gauche et un d'une source orientée à droite.
- Expliquez sur quels aspects ils doivent se concentrer dans l'analyse de l'article:
 - **Ton et langage:** Identifier si le langage est neutre, sensationnaliste, émotionnel ou accusateur. Discuter de la manière dont le ton influence les sentiments du lecteur à propos de l'événement.
 - **Manipulation:** Utiliser Ground.News pour vérifier les biais politiques. Analyser comment les faits sont présentés et noter les éventuels sophismes logiques utilisés.
 - **Focus et cadrage:** Examiner ce que chaque article met en avant. Discuter si un article ignore des détails que l'autre met en lumière ou cadre l'événement comme un succès ou un échec.
 - **Titres:** Comparer les titres des deux articles. Discuter de la manière dont le titre peut influencer les attentes avant la lecture de l'article.

3. Analyse des articles en groupe

30 min.

Encouragez les participants à prendre des notes sur leurs observations et à préparer un partage des points clés avec le groupe à travers une présentation numérique simple où ils comparent les articles sous l'angle des points de focus.

4. Présentations des groupes

25 min.

- Chaque groupe présente ses conclusions, en se concentrant sur:
 - Les différences de ton, de langage et d'accentuation entre les articles.
 - Les éventuels cas de manipulation ou de sophismes logiques.
 - La manière dont le cadrage et le focus variaient entre les sources.
- Encouragez les questions et les discussions après chaque présentation pour explorer les différentes façons dont l'information peut être présentée et perçue.

5. Débriefing et réflexion

15 min.

- Menez une discussion de groupe pour réfléchir à l'exercice:
 - Qu'avez-vous remarqué sur les différences dans la présentation du même événement par chaque article?
 - Comment le ton et le cadrage influencent-ils votre perception de l'information?
 - Cet exercice a-t-il modifié votre façon de penser aux médias que vous consommez?
 - Pourquoi est-il important de rechercher plusieurs perspectives sur une question?
- Résumez les points clés, en soulignant l'importance de l'analyse critique dans la littératie médiatique et l'impact des biais médiatiques sur la perception publique.

i

Recommandations pour les formateurs

- Assurez-vous que les participants ont accès à la plateforme Ground.News ou à un outil similaire pour analyser les biais politiques.
- Encouragez les discussions ouvertes et la pensée critique, tout en rappelant aux participants de rester respectueux des opinions et perspectives divergentes.
- Lors du débriefing, renforcez la valeur de la littératie médiatique comme une compétence qui favorise des perspectives informées et équilibrées.
- Soyez conscient que certains événements médiatiques peuvent déclencher des réactions émotionnelles dans le groupe. Si le groupe est principalement composé de jeunes ou d'adolescents, préparez à l'avance les événements à analyser en évitant les problèmes politiques lourds, les tragédies de guerre ou similaires.

Annexes



GROUND
News

Navigate the Ground.News platform and choose a current event that is covered by multiple media outlets. Select two articles on the same event, one from a left-leaning source and one from a right-leaning source.

Diapositive de lignes directrices pour l'analyse des articles

TONE AND LANGUAGE 🗣️

- Is the language neutral, sensational, accusatory, emotional, or formal?
- Does the tone aim to make you feel something specific (e.g., fear, sympathy, anger)?
- How might the language affect how the reader understands or feels about the event?

MANIPULATION 🎭

- Use Ground.News to check for political bias (left or right).
- Are the facts presented in the same way in both articles?
- Can you recognise any logical fallacy?

FOCUS AND FRAMING 🎯

- What does each article focus on?
- Does one article ignore details that the other highlights?
- Is the event framed differently (e.g., one article shows it as a success while the other shows it as a failure)?

HEADLINES 📰

- Compare the headlines of both articles.
- Do they suggest a particular narrative or set an emotional tone for the story?
- How might the headline influence your expectations before reading the article?

Ressources

- [Première partie - Échapper au bunker \(document avec les profils initiaux des personnages\)](#)
- [Deuxième partie - Échapper au bunker \(document avec les rebondissements des personnages pour le milieu de l'activité\)](#)
- [Barrières de communication](#)
- [Modèle du cycle de communication](#)
- [Lois MIL et modèle CRAAP](#)
- [Rapport numérique mondial 2024 par Meltwater](#)
- [Laboratoire des conspirations](#)
- [Analyse d'articles Ground News](#)
- [Diapositives sur l'utilisation des médias](#)
- [Modèle des réalités dans les pays](#)



Do you know
YOUR DEMOCRACY?



**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.