

Modèle de pratique de la Collection RAN

Nom de la pratique

Par « pratique » nous entendons une activité/méthode/outil utilisé actuellement ou par le passé par des professionnels et/ou membres de la communauté.

Peer to Peer (P2P) : Challenging Extremism et Facebook Global Digital Challenge

Description

(maximum 300 mots)

Courte description de l'objectif de la pratique et de la méthode de travail utilisée. Notez que dans cette description, il doit être clair que la pratique est liée de manière explicite à la prévention et/ou lutte contre la radicalisation et/ou l'extrémisme violent. Cela signifie que les objectifs et/ou les activités/méthodes de la pratique doivent être liés à la prévention et la lutte contre la radicalisation et/ou l'extrémisme violent. Les pratiques dans lesquelles ce lien n'est pas évident ne peuvent figurer dans la Collection RAN

Les programmes «Peer to Peer (P2P): Challenging Extremism» et «Peer to Peer: Facebook Global Digital Challenge» sont des initiatives mondiales pour les jeunes universitaires et des concours internationaux visant à mettre à profit la force d'innovation des étudiants pour lutter contre les préjugés, la haine en ligne et l'extrémisme. Face à la recrudescence de la violence, de la désinformation et de la propagande russe dans les démocraties occidentales, Facebook a ouvert les objectifs du programme afin d'inclure celui-ci parmi les programmes que les équipes d'étudiants doivent aborder dans leurs pays respectifs et leurs communautés.

Des étudiants du monde entier développent ainsi pour leurs pairs des campagnes et stratégies crédibles et authentiques dans les médias sociaux, stratégies qui doivent être ressenties dans leurs communautés pour lutter contre l'extrémisme et la désinformation. Une équipe d'étudiants, guidée par un professeur et un spécialiste projet d'EdVenture Partners, développera et produira une véritable campagne ayant un impact mesurable sur le campus et leur communauté. Les équipes feront des recherches sur leur marché cible et élaboreront une stratégie conçue pour atteindre et influencer leurs pairs au mieux.

Chaque équipe perçoit un budget opérationnel de 1000 dollars (équivalence en USD) plus 750 dollars en crédits publicitaires Facebook pour concevoir, piloter, mettre en œuvre et mesurer le succès d'une initiative, d'un produit ou d'un outil social ou numérique qui :

	<ul style="list-style-type: none"> – motive ou rend les étudiants capables de s’engager pour contrer les discours haineux et extrémistes; – mobilise et donne envie à d’autres étudiants de créer leurs propres initiatives, produits ou outils pour contrer les discours haineux ou extrémistes; – crée un réseau/une communauté d’intérêt fondé(e) sur des valeurs communes qui contrent les discours haineux et extrémistes par l’action. <p>Les équipes travaillent sur leurs campagnes pendant un semestre : à la fin du semestre, les équipes les plus talentueuses s’opposent dans des concours régionaux et locaux dans l’espoir de remporter des prix allant de 5000 à 10000 USD.</p>
Examiné par les pairs	Non
Principaux thèmes Veuillez <u>sélectionner</u> les deux thèmes clés qui correspondent le mieux à la pratique.	Contre-discours et récits alternatifs Jeunes vulnérables et engagement des jeunes dans la prévention et la lutte contre l’extrémisme violent
Public cible Veuillez <u>choisir</u> au moins un public cible correspondant le mieux à la pratique.	En ligne Grand public Jeunes / élèves / étudiants
Couverture géographique Veuillez indiquer où la pratique a été/est mise en œuvre (pays, régions, villes).	Le programme P2P touche maintenant plus de 75 pays en Afrique, en Asie, en Australie, en Europe, en Amérique du Nord et en Amérique du Sud. La liste complète des pays et des écoles est disponible en ligne sur (https://edventurepartners.com/wordpress/wp-content/uploads/2017/08/P2P-University-Roster.pdf).
Début de la pratique Veuillez indiquer quand (année) la pratique a été développée et mise en œuvre afin d’indiquer sa maturité. Si la pratique n’est plus active, veuillez indiquer quand elle a pris fin.	<ul style="list-style-type: none"> – Projet Pilote : janvier à juin 2015. 23 universités participantes. – Deuxième semestre : août 2015-janvier 2016. 45 universités participantes. – Troisième semestre : janvier à juin 2016. 55 universités participantes.

	<ul style="list-style-type: none"> – Quatrième semestre : août 2016-janvier 2017. Plus de 160 universités représentant plus de 50 pays ont participé au projet. – Cinquième semestre : janvier à juin 2017. Plus de 200 universités participantes. – Sixième semestre : août 2017 à janvier 2018. 96 universités participantes. – Septième semestre : janvier à juin 2018. 50 universités participantes. – Huitième semestre: septembre 2018 à juin 2019. 25 universités participantes.
<p>Produits livrables</p> <p>Veillez indiquer si la pratique a débouché sur des réalisations concrètes, telles que (des liens vers) des manuels, modules de formation, vidéos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – À la fin du semestre, chaque équipe apporte les ressources numériques issues de leurs campagnes, notamment (sans toutefois s'y limiter) le matériel créatif suivant : <ul style="list-style-type: none"> • des sites Web et des pages sur les réseaux sociaux originaux • des applications ou jeux mobiles • des vidéos et programmes éducatifs et originaux • des annonces ou brochures numériques • des archives photo ou vidéo d'activités culturelles • des événements communautaires ou des mouvements dans le campus. – Des campagnes P2P marquantes ont été amplifiées et ont servi de base pour des études de cas sur la page Facebook mondiale consacrée au contre-discours (https://counterspeech.fb.com/fr). – Recueil des campagnes (https://edventurepartners.com/wordpress/wp-content/uploads/2017/08/P2P-Look-Book.pdf). – Compilation de vidéos entre pairs (https://www.youtube.com/watch?v=kBpYSkPd1nE&feature=youtu.be). – Site web (http://edventurepartners.com/peer2peer/). – Exemples de travaux réalisés par des étudiants: <ul style="list-style-type: none"> • KU Leuven, Belgique (https://edventurepartners.com/wordpress/wp-content/uploads/2018/08/KU-Leuven_OneSheet.pdf);

	<ul style="list-style-type: none"> • Université technique du Moyen Orient, Turquie (https://edventurepartners.com/wordpress/wp-content/uploads/2018/08/METU_OneSheet.pdf); • Université de Lagos, Nigeria (https://edventurepartners.com/wordpress/wp-content/uploads/2018/08/University-of-Lagos_OneSheet.pdf); • Université d'Utrecht, Pays-Bas (https://www.daretobegrey.com); • Université d'économie de Turku (https://chooseyourfuture.fi/fr/home/); • Université des sciences de gestion de Lahore (https://www.facebook.com/fromapathytoempathy). <p>– Exemples d'articles de presse et de vidéos :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Article du New York Times(https://www.nytimes.com/2017/07/18/us/politics/students-are-the-newest-us-weapon-against-terrorist-recruitment.html); • Vidéo http://www.cnn.com/videos/cnnmoney/2016/09/26/facebook-extremism-online-cnnmoney.cnn); • Vidéo et script de PBS NewsHour (http://www.pbs.org/newshour/bb/hard-fight-extremist-propaganda-online/); • Script du reportage radio de NPR http://www.npr.org/2016/03/02/468216163/students-enter-global-competition-to-counter-extremism); • Article du Wall Street Journal (http://blogs.wsj.com/digits/2016/02/11/facebook-adds-new-tool-to-fight-terror-counter-speech/).
<p>Faits et évaluation</p> <p>Courte description des <u>mesures de performance</u> de la pratique, comprenant</p>	<p>Chaque équipe compile une analyse complète de ses campagnes avec une mesure du succès obtenu, qui peut inclure (sans toutefois s'y limiter) :</p> <ul style="list-style-type: none"> – le nombre d'impressions de la campagne ; – le nombre de followers aux médias sociaux pour chaque média utilisé ; – les changements de comportement; – le nombre d'élèves participant aux événements et activités de la campagne; – la sensibilisation du campus à l'initiative, au produit ou à l'outil ; – les données quantitatives et qualitatives supplémentaires obtenues à l'aide d'enquêtes, de groupes cibles et d'autres méthodes de recherche. <p>Depuis sa création au printemps 2015, plus de 10000 étudiants ont participé à plus de 700 programmes de P2P dans 75 pays et 40 États américains. Plus de 250 millions de personnes ont été touchées via des campagnes sociales, des</p>

1. des avis qualitatifs et des données quantitatives (statistiques), par exemple la mesure de la réussite de votre projet ou intervention.
2. une évaluation et des avis, y compris des enquêtes et/ou preuves empiriques. Par exemple, avez-vous procédé à une évaluation interne ou externe ? Avez-vous encouragé votre groupe cible à vous donner son avis ?
3. un examen par des pairs : quelles ont été les impressions du groupe de travail du RAN (éventuellement suite à une visite d'étude) concernant la pratique.

Veillez préciser les résultats de vos activités de surveillance et d'évaluation.

mouvements de campus, des applications mobiles, des activités culturelles, des vidéos et plus encore, générant plus de 600 reportages dans la presse.

Au printemps 2019, l'Université Harvard a terminé une étude longitudinale de trois ans aux États-Unis pour déterminer l'efficacité et l'impact du modèle P2P. Ces résultats ont confirmé que le P2P «avait eu un impact» sur la réduction de la haine et l'amélioration des attitudes de tolérance envers d'autres groupes ethnoculturels.

Durabilité et transférabilité (200 mots maximum)

Courte description de la pérennité et de la transférabilité de la pratique, notamment des informations sur ses coûts. Veillez préciser quels éléments sont transférables et comment.

Durabilité

Les deux initiatives (Peer to Peer : Challenging Extremism et Peer to Peer : Facebook Global Digital Challenge) sont mises en œuvre aux quatre coins du monde depuis janvier 2015, avec le soutien et l'engagement constant de nos partenaires tout au long de leur mandat qui s'achève à l'automne 2018, et une annonce concernant le financement pour 2020 est attendue prochainement.

Les campagnes étudiantes qui se sont révélées particulièrement pertinentes et efficaces pourraient par ailleurs, être prolongées au-delà de la fin du semestre avec des fonds supplémentaires. Un consortium regroupant les secteurs public et privé a été mis en place afin de financer et de soutenir les meilleures initiatives, produits ou outils P2P qui méritent un investissement pour leur poursuite.

Transférabilité

Dès sa création, l'initiative s'est révélée transférable sur des marchés plus petits et locaux, notamment les zones de Los Angeles en Californie, de Denver au Colorado ou encore de Minneapolis au Minnesota, au cours de l'automne 2015 et du printemps 2016.

Des compétitions mondiales et régionales ont également eu lieu :

- concernant le Facebook Global Digital Challenge, l'initiative a organisé son premier concours européen à Bruxelles, en Belgique, à la fin du printemps 2019 ;
- au niveau du National Defence University North East South Asia (NESA) Centre for Strategic Studies, dont la région

	<p>s'étend du Maroc au Kazakhstan, au printemps 2016 (concours organisé au Maroc), en automne 2016 (à Washington, D.C.), et en automne 2017 (en Inde) ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - au niveau de l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) en automne 2016 (à Hambourg, en Allemagne) et au printemps 2017 (à Vienne, en Autriche) ; - lors d'un concours régional africain subventionné par le Centre africain pour la sécurité et la lutte contre le terrorisme (ACSC) organisé à Accra, au Ghana, en automne 2016. <p>Ces efforts locaux s'appuient sur les mêmes ressources et critères d'évaluation que l'initiative à plus grande échelle, mais ils ciblent des zones régionales, de manière à davantage mettre en lumière le travail exceptionnel des différentes équipes.</p>
<p>Présentation et discussion lors d'une réunion du RAN</p> <p>Notez que pour figurer dans la Collection, la pratique doit de préférence être désignée lors d'une réunion du RAN. Indiquez le nom du groupe de travail/événement du RAN, la date, le lieu et l'objet de la réunion.</p>	<p>Réunion RAN EDU, Prague, 24-25 novembre 2015</p>
<p>Liens avec d'autres initiatives ou financements de l'UE (100 mots maximum)</p> <p>Indiquez comment votre projet a été financé, si votre pratique est liée à d'autres initiatives ou projets de l'UE ET indiquez clairement s'il est (co)financé par l'UE et, si c'est le cas, par quels fonds. Exemples : Erasmus +, Fonds pour la sécurité intérieure (FSI), Fonds social européen (FSE), Horizon 2020, etc.</p>	<p>-</p>
<p>Organisation (Insérez une description de 100 mots maximum et sélectionnez le type d'organisation)</p> <p>Décrivez brièvement l'organisation à l'origine de cette pratique, notamment son statut légal, p.ex. ONG, organisme de l'État, société limitée, organisation caritative, etc.</p>	<p>EdVenture Partners (EVP) est une organisation qui vise à mettre sur pied des programmes novateurs de partenariat entre l'industrie et le secteur éducatif. Grâce à ces apprentissages concrets, les étudiants acquièrent une expérience de terrain réelle, tandis que les clients bénéficient de l'impact social et communautaire des solutions imaginées et d'un accès au recrutement dans les universités et hautes écoles. EdVenture Partners a conçu et géré des programmes dans plus de 900 écoles en Amérique du Nord et à l'échelle internationale.</p>

	<p>EdVenture Partners est une entreprise à but lucratif qui compense le développement et la gestion des programmes via un contrat mutuellement accepté et un engagement à travailler avec ses clients.</p> <p>Type d'organisation : À but lucratif</p>
<p>Pays d'origine</p> <p>Pays dans lequel la pratique est utilisée.</p>	<p>États-Unis, avec essais pilotes aux États-Unis et au Canada; des essais plus petits ont également été implémentés en Europe et en Asie pour le P2P lors du premier mandat.</p>
<p>Contacts</p> <p>Veillez préciser les coordonnées de la personne à contacter dans l'organisation, notamment son nom et son adresse e-mail.</p>	<p>Personne à contacter: Tony Sgro, fondateur et PDG Courriel : tony@edventurepartners.com Téléphone: +11 4152647666</p> <p>Site web: http://edventurepartners.com/peer2peer/</p>
<p>Dernière mise à jour (année)</p>	<p>2019</p>