

Manuel du formateur NAMA4PD

Manuel pour la formation des formateurs selon le concept « Narrative Management for Peace through Dialogue » (Gestion narrative pour la paix par le dialogue) (NAMA4PD)



Le manuel a été publié en 2024 dans le cadre du projet « Narrative Management for Peace through Dialogue (NAMA4PD) : Développement d'un groupe de travail interreligieux et intersectoriel sur la prévention des conflits comme clé du maintien de la paix au Sénégal et dans les régions voisines » (durée 08/2023 – 12/2025).

Le projet a été mené par Project Lighthouse Africa, Berlin, sous la direction organisationnelle de l'Université technique de Ratisbonne en Bavière orientale et avec le soutien scientifique de l'Université libre de Berlin.

Auteurs :

Prof. Dr Martin Emmer, Université libre de Berlin

Prof. John A. Kantara, Project Lighthouse Africa

Dipl.-Medienwiss. Matthias Duchscherer, Project Lighthouse Africa

Chadidjatu Mariama Faye M.Sc., Université libre de Berlin

L'élaboration du manuel s'est appuyée sur l'état actuel de la recherche scientifique. Différents modules utilisent des techniques et des outils scientifiquement éprouvés. De plus, des outils d'information et de formation existants sous licence libre ont été utilisés lorsque cela s'avérait pertinent dans le cadre du concept NAMA4PD (par exemple, le Digital Enquirer Kit). Les sources utilisées sont indiquées dans le manuel.

Table des matières

Module 1 – Importance des médias	1
Leçon 1 – Aperçu des médias.....	1
Leçon 2 – Distinction entre les médias.....	3
Leçon 3 – Pourquoi les gens utilisent-ils certains médias ?.....	7
Leçon 4 – Forces et faiblesses des médias	9
Leçon 5 – Jeu de rôle « La commission de décision ».....	11
Module 2 – Misinformation, désinformation et propagande	15
Leçon 1 – Qu'est-ce que la désinformation ?	16
Leçon 3 – Quels sont les principaux défis posés par la désinformation ?.....	19
Leçon 4 – Contre-mesures pratiques pour lutter contre la désinformation	21
Module 3 – Bases du journalisme / Storytelling	28
Leçon 1 – Recherche – La méthode scientifique	29
Leçon 2 – Des informations fiables	29
Leçon 3 – Évaluer l'authenticité.....	30
Leçon 4 – Que cache une image ?	30
Leçon 5 – Rassemblez tous les éléments.....	31
Leçon 6 – Documentation et collaboration lors de vos recherches sur Internet.....	34
Leçon 7 – Commencez votre documentation	34
Leçon 8 – Documentez avec soin	35
Leçon 9 – Examiner et partager vos résultats.....	35
Module 6 – Interaction civilo-militaire	37
Leçon 1.....	38

Module 1 – Importance des médias

Module d'introduction

Objectifs généraux du module :

Les participants doivent prendre conscience de l'importance des médias pour leurs communautés. Ils doivent connaître tous les médias qui les concernent et être capables d'expliquer en quoi ils diffèrent les uns des autres. Ils doivent avoir une compréhension de base **des mécanismes** qui régissent le fonctionnement des médias afin de développer leur **capacité de jugement** lorsqu'il s'agira plus tard de trouver des sources fiables.

Ils doivent comprendre l'importance de **la sphère publique** et du débat public sur les thèmes et les problèmes actuels, ainsi que le rôle qu'ils peuvent eux-mêmes jouer dans ces débats.

Leçon 1 – Aperçu des médias

Objectif :

Il s'agit ici de montrer à tous les participants la diversité des médias (au sens large, les informations traitées par les journalistes) et des autres sources d'information disponibles dans leur région.

Matériel/temps : question imprimée/présentée à l'aide d'un projecteur ; papier et stylos pour que les participants puissent se réunir en groupes 10 minutes, puis discussion avec l'ensemble du groupe, y compris les questions du formateur.
Durée : environ 45 minutes

Méthodes et procédure :

Commencer par la question « Quels médias pouvez-vous utiliser ici lorsque vous souhaitez vous informer sur des sujets qui vous intéressent ? », puis rassembler les médias accessibles ; si le groupe est plus important ou si le groupe ne fournit pas suffisamment de réponses, il est possible de former de petits groupes (2 à 5 personnes) qui rassemblent d'abord leurs réponses séparément, puis présentent leurs résultats.

Explication supplémentaire pour l'animateur : il s'agit d'informations sur l'actualité générale et les événements qui peuvent être importants pour les habitants de la localité/région, qu'il s'agisse de politique, d'événements dans la ville, de la météo ou des horaires d'ouverture du kiosque à eau ; il ne s'agit pas d'informations spécialisées pour le travail, d'actualités privées concernant la famille etc.

Tâche du WL : animer la discussion et la collecte, noter les réponses sur des cartes ou un tableau à feuilles mobiles (ou, le cas échéant, sous forme numérique/en ligne sur une tablette qui sera projetée), qui seront d'abord affichées ou notées sans ordre particulier sur un tableau/mur (le projecteur).

Si la liste est trop partielle et que certains médias importants ne sont pas mentionnés, l'enseignant peut poser les questions suivantes : « Quels autres médias existent-ils, *même s'ils ne sont pas* (ou ne peuvent pas être) *utilisés ici* ? Connaissez-vous d'autres médias disponibles *ailleurs* (pas seulement au Sénégal) ? Utilisez-vous également des programmes radio/des offres Internet/Facebook/Instagram (si ces médias n'ont pas encore été mentionnés) ? »

Le WL doit vérifier ici si certains médias ont été oubliés (voir liste ci-dessous) et les ajouter lui-même si nécessaire.

Attentes :

- Les participants connaissent les principaux médias dans chacun des domaines suivants : a) radio, b) télévision, c) médias internationaux, d) médias Internet nationaux, c) médias locaux de tous types.
- Les participants peuvent distinguer différents types de médias (radio, télévision, Internet, médias publics et privés, médias locaux et nationaux, etc. ; cet aspect sera approfondi de manière systématique à l'étape suivante, mais il convient de le mentionner ici lors de la collecte et de la compilation des informations).

Liste des médias (état : 2024) :

(Source : <https://www.bbc.com/news/world-africa-14093758>)

- Médias journalistiques audiovisuels
 - Télévision
 - RTS Radiodiffusion Télévision Sénégalaise - publique
 - TFM Télé Futurs Médias - privée
 - 2S TV - privée
 - Radio
 - Radiodiffusion Télévision Sénégalaise (RTS) - publique
 - Sud FM (Dakar et autres villes) - privée
 - Walf FM - Walfadjri radio de la voix des sans voix - Groupe Wal Fadjri
 - Dunyaa FM - privée
- Agences de presse
 - Agence de Presse Sénégalaise - publique
 - PANA (agence de presse panafricaine)
- Médias internationaux
 - Deutsche Welle (disponible en allemand, anglais et français)
 - France 24
- Médias locaux
- Sources Internet

- Seneweb
- Réseaux sociaux
- Journaux quotidiens

Questions tests :

Questions tests	Horizon d'attente	Points
Quels sont les médias gérés par l'État sénégalais ?	RTS (télévision, radio) AdPS (agence)	2
Citez trois médias commerciaux/privés.	TFM, Sud FM, Walf FM, Dunyaa FM, Senweb, ...	3
Quels sont les médias locaux présents dans votre région/cette région ?	Les médias pertinents sont la radio, la télévision et les médias Internet.	3
... (d'autres questions tests peuvent être ajoutées ici)		

Leçon 2 – Distinction entre les médias

Objectif :

Les participants doivent comprendre que différents médias ont différentes qualités et peuvent servir différents objectifs. Ici, un premier lien vers le thème de la désinformation et de la mésinformation peut déjà être établi.

Matériel/temps :

Diapositive PPT/impression avec la question : « Décrivez le média sélectionné : quelles sont ses caractéristiques ? En quoi se distingue-t-il des autres médias ? » ;

Transparents avec les catégories de médias

1 feuille de papier flipchart pour chaque groupe pour le travail en groupe

Durée : environ 60 min.

Méthodes et procédure :

Le formateur choisit un grand média (par exemple RTS ou Walf FM) et demande aux participants de le caractériser. Ici aussi, le travail se fait soit avec l'ensemble du groupe, soit en deux étapes (d'abord en petits groupes, puis rassemblement des résultats avec l'ensemble du groupe). Les réponses sont rassemblées par le formateur au tableau/sur le tableau à feuilles mobiles/sur un bloc-notes (environ 20 min).

Il convient si possible de trouver les catégories mentionnées dans les attentes. Si toutes/la plupart ont été citées, les transparents peuvent être montrés (env. 10 min) et on peut passer à la deuxième étape de cette leçon ; si les participants ont des difficultés à trouver les catégories les plus importantes, les transparents peuvent être utilisés pour leur transmettre ces catégories avant de passer à la deuxième étape.

Dans la deuxième étape, les participants sont répartis en petits groupes (2 à 5 personnes) et invités à classer les médias collectés dans la leçon 1 dans ces catégories ; pour chaque média, il faut donc décider s'il s'agit d'un média public ou privé, national ou régional, etc. Chaque petit groupe reçoit une feuille de papier flipchart et doit y noter ses résultats (environ 15 minutes).

Chaque groupe présente ensuite brièvement ses résultats (environ 15 minutes).

Étape complémentaire :

Pendant la collecte des catégories de distinction, il est déjà possible de discuter de ce que ces catégories signifient pour le contenu (par exemple pour le financement, la fiabilité des informations, etc.). Le formateur doit veiller à ce que la discussion ne s'éloigne pas trop du sujet, il doit intervenir si nécessaire et interrompre la discussion. Les questions relatives à la qualité du journalisme, etc. seront approfondies dans le module 3 du programme de formation, auquel il est possible de se référer à ce stade.

Attentes :

Les participants sont capables de distinguer les médias selon différents critères. Ils peuvent également nommer l'importance qui découle des différences respectives, par exemple pour le contenu des médias, le type de journalisme, la crédibilité des médias respectifs, etc.

Différences...

selon **la forme**

d'organisation :

public, privé/commercial, non commercial/communautaire

- Différences en termes de ressources financières (État : élevées, autres : faibles), pouvoir d'imposer la diffusion des médias (État : élevé, grâce au pouvoir politique ; médias commerciaux : élevé/faible selon le pouvoir économique ; médias non commerciaux : plutôt faible, en fonction du soutien de la communauté)
- Évaluation/réflexion : déséquilibres de pouvoir potentiellement problématiques – certains contenus et certaines positions sont plus visibles que d'autres, imbrication du pouvoir politique et économique ; médias communautaires participatifs comme contrepoids

Selon **la portée régionale :**

local (médias communautaires, groupes WhatsApp, radio locale), régional, national

(radio, télévision, journaux, portails Internet), international (télévision, portails médiatiques en ligne)

- en lien avec d'autres facteurs : les médias locaux sont plutôt des médias communautaires, plus la portée est grande, plus ils sont intéressants pour l'État et les grandes entreprises
- Évaluation/réflexion : tous les types de médias sont importants pour les populations locales, la combinaison de tous les médias (locaux, régionaux, nationaux) est importante

Selon le contenu :

divertissement, information politique, information sur les services, échanges sociaux/réseautage

- Les médias ont différentes orientations : les contenus servent à des fins différentes ; existe-t-il des combinaisons de ces médias, des médias qui combinent différentes formes de contenu ?
- Évaluation/réflexion : toutes les formes de contenu sont légitimes et utiles (le cas échéant, référence à la « mission de service public » des médias dans la Constitution allemande, qui comprend non seulement l'information et l'éducation, mais aussi le divertissement), toutes devraient être proposées en bonne qualité et également utilisées (responsabilité en tant que citoyen/citoyenne)

Selon la qualité journalistique de l'information : médias d'information

journalistiques, médias (journalistiques) populaires, médias semi-journalistiques, médias/forums non journalistiques.

- Qualité journalistique décroissante : il existe des « médias de qualité » qui travaillent selon des normes journalistiques et emploient des professionnels qualifiés ; les médias populaires/la presse à scandale sont des médias qui suivent certes les critères d'actualité journalistiques, mais qui traitent les contenus de manière plutôt émotionnelle/divertissante ; les médias dans lesquels des non-spécialistes/non-professionnels travaillent selon une logique fondamentalement journalistique (journalistes citoyens, animateurs invités à la radio, etc.) ; les sites web/forums qui diffusent des informations sans normes journalistiques ni spécialistes.
- Évaluation/réflexion : il est important d'évaluer la qualité journalistique afin de distinguer les sources fiables des sources moins fiables ;

Selon la forme de présentation médiatique :

visuelle (médias textuels, affiches/images), auditive (radio, podcasts, messages audio,

musique/griots), médias audiovisuels (télévision, vidéos et applications vidéo)

- Les médias se distinguent également par leur contenu informatif : les médias visuels/vidéos sont souvent plus émotionnels et sont perçus comme plus crédibles ; les médias textuels peuvent transmettre des informations de manière rationnelle ; les médias audio/vidéo sont plus souvent utilisés en direct/« en synchronisation » (pendant la représentation), mais peuvent également être enregistrés et utilisés « de manière asynchrone » (plus tard) ; les médias textuels sont plutôt utilisés de manière asynchrone, ils peuvent stocker de nombreuses informations de manière permanente ; la production

nécessite des budgets plus ou moins importants, mais aussi des ressources nécessaires (équipements, Alphabétisation) pour l'utilisation des médias

- Évaluation/réflexion : les différentes formes de communication ont une importance variable pour les groupes cibles : ceux qui ne peuvent pas lire/entendre/voir dépendent d'autres formes ; certaines formes de médias sont particulièrement attrayantes pour certains groupes de population (musique/vidéos pour les jeunes)

Autres catégories possibles (elles ne doivent pas nécessairement être enseignées par le WL, mais les participants peuvent en citer d'autres ; la liste est en principe ouverte, d'autres caractéristiques peuvent être pertinentes selon le point de vue) :

Selon **la base technique** : numérique vs analogique ...

Questions test :

Questions du test	Horizon d'attente	Points
Selon quels critères/comment peut-on distinguer les médias ?	Au moins 3 des dimensions susmentionnées doivent être citées (par exemple, selon le contenu, la forme d'organisation, etc.)	3
Quels sont les différents types de contenu (ou d'autres catégories : « types de journalisme », « formes médiatiques », « formes d'organisation ») existe-t-il dans les médias ?	Selon le type de média, au moins 2 ou 3 types différents	3
Quels sont les avantages et les inconvénients d'un média privé (par exemple une radio) par rapport à un média public ?	Le cas échéant, indépendance politique, processus décisionnels plus courts, meilleure orientation vers le public ; en revanche, plus grande dépendance vis-à-vis des annonceurs publicitaires (influence étatique cachée), qualité journalistique éventuellement moindre en raison d'un financement précaire.	4
Quels sont les avantages et les inconvénients... (même question pour chacun des autres critères ci-dessus)	...	4
...		

Pause (après deux sessions de 45 minutes, pause de 30 minutes)

Leçon 3 – Pourquoi les gens utilisent-ils certains médias ?

Objectif :

Les participants doivent être capables d'évaluer la pertinence et l'importance des différents médias et sources d'information à partir de leur propre perspective individuelle (qui ne doit toutefois pas rester purement subjective, mais être généralisée à l'ensemble de la population). L'objectif pédagogique est de faire prendre conscience que différents médias répondent à différents besoins et qu'il est donc judicieux de combiner plusieurs médias pour obtenir un menu d'informations personnalisé.

Matériel/temps :

Tableau/tableau à feuilles mobiles pour noter les contenus recueillis

Tableaux/impressions de listes de motifs d'utilisation des médias ou de gratifications

Durée : environ 90 minutes

Méthode :

Les participants de l'ensemble du groupe sont d'abord invités à citer les médias qu'ils trouvent eux-mêmes les meilleurs, ceux qu'ils aiment et utilisent souvent, par exemple. Le formateur les recueille. Les participants peuvent se référer à des médias sénégalais concrets ou aux types de médias généraux qui ont été distingués précédemment. Le formateur doit veiller à ce que différents types de médias soient cités, ce qui permettra, dans l'étape suivante, d'identifier les différents besoins que les médias peuvent satisfaire. Lorsque suffisamment de médias différents ont été cités, la collecte peut être terminée ; si trop peu de médias différents ont été cités, il est possible de demander d'autres médias/types de médias, par exemple ceux que d'autres personnes de leur entourage (enfants, parents, proches, amis, etc.) aiment particulièrement utiliser (durée : 10 min).

Ensuite, le formateur choisit un média et pose la question suivante : pourquoi utilise-t-on probablement ce média ? Qu'est-ce qui le rend attrayant, qu'est-ce qui plaît, comment expliquer qu'il soit utilisé par autant de personnes/certaines personnes ? Les explications possibles sont recueillies, l'accent étant mis ici sur les motivations personnelles d'utilisation ; comme pratiquement aucun média ne peut satisfaire toutes les motivations possibles, il faut ensuite citer deux ou trois autres médias jusqu'à ce qu'un large éventail de motivations/satisfactions d'utilisation ait été recueilli. (Durée : environ 15 min.)

Ensuite, l'enseignant montre successivement deux listes tirées de la littérature scientifique (voir ci-dessous ; sous forme de document ou de présentation PPT) qui donnent un aperçu des gratifications de l'utilisation des médias en général (liste 1) et des gratifications plus interactives et axées sur l'identité dans le monde des médias

sociaux (2) telles qu'elles ont été déterminées par la recherche. Chacune des gratifications est brièvement expliquée. (Durée : environ 15 min.)

Au cours d'une discussion finale, les participants peuvent comparer ces gratifications de la liste avec celles qu'ils ont collectées/développées. Voici quelques questions pour stimuler la discussion : Lesquelles ont été trouvées par vous-mêmes ? Lesquelles n'ont pas été découvertes ? Lesquelles de ces gratifications peuvent contribuer à la popularité particulière de certains médias/offres médiatiques ? Qu'est-ce qui nous plaît particulièrement, pourquoi certains contenus, spectaculaires, bruyants, surprenants, sont-ils si attrayants ? (Durée : environ 30 min.)

Attentes :

- Les participants doivent connaître la diversité des besoins auxquels répondent les médias.
- Ils doivent reconnaître que différents médias répondent à différents besoins et que les gens ont des attentes différentes envers les médias.
- Les participants doivent pouvoir évaluer les différentes motivations : toutes sont fondamentalement légitimes, mais certaines peuvent également poser problème pour une communauté/nation (par exemple, lorsque les gens ne s'intéressent plus aux affaires communes/politiques, mais ne consomment plus que du divertissement).

Gratifications identifiées par la recherche qui peuvent être satisfaites par les médias (voir Gleich, 2021 ; d'après Greenberg, 1984, McQuail et al. 1972, Rubin & Perse, 1987)

- Obtention d'informations (professionnelles, privées, en tant qu'électeur, etc.), « contrôle de l'environnement »
- Distraction, passe-temps, détente
- Utilité sociale, sociabilité
- Formation de l'identité, confirmation des valeurs, exploration de la réalité

Gratifications des réseaux sociaux (d'après Quan-Haase & Young, 2010) :

- Passe-temps
- Empathie envers les autres
- Représentation de soi à la mode (comme expression de l'identité)
- Partage de problèmes (pour obtenir un soutien émotionnel)
- Établir et entretenir des contacts

Matériel : deux exemples de gratifications médiatiques tirés de la littérature (Katz et al.)

Questions du test :

Questions du test	Horizon d'attente	Points
Pour quelles raisons les gens se tournent-ils vers certains médias ?	Pour satisfaire différents besoins, par exemple s'informer, se divertir, etc.	3
Citez trois attentes importantes qui poussent les gens à se tourner vers les médias.	Citer au moins 3 gratifications différentes.	3
En quoi peut consister l'utilité sociale de l'utilisation des médias ?	Par exemple, le fait de pouvoir discuter de contenus avec d'autres personnes ; le fait d'obtenir des informations sur les normes/valeurs sociales et d'apprendre comment se comporter ; le fait d'obtenir des informations sur ce qui intéresse les autres.	2

Leçon 4 – Forces et faiblesses des médias

Objectif :

En s'appuyant sur l'étape 3, il s'agit maintenant de changer de perspective : après avoir examiné les performances des médias pour les individus d'un point de vue individuel, il faut maintenant examiner les performances des médias pour la société. L'objectif pédagogique est de faire comprendre que l'on peut attendre différentes choses de différents médias et que ceux-ci ont des forces et des faiblesses spécifiques. Cela doit servir de passerelle vers les modules suivants en montrant clairement que seuls certains médias/genres peuvent fournir des informations fiables, tandis que d'autres offrent des contenus divertissants et passionnants, mais qui ne sont pas fiables sur le plan informatif.

Matériel/temps :

Éventuellement une diapositive PPT avec des questions de départ pour la discussion
Transparent/fiche de travail préparé avec aperçu des fonctions des médias, citation de Habermas si nécessaire, références bibliographiques

Durée : environ 60 minutes

Méthode :

Après la pause déjeuner, une introduction pratique est utile ; on peut montrer un exemple de contribution médiatique qui a suscité beaucoup d'attention, par exemple un article d'investigation qui a révélé un scandale politique, qui constitue une violation des normes ou qui a déclenché une controverse publique. À partir de là, l'enseignant peut poser comme question d'introduction à cette section ce que cet article a apporté

au pays/à la société/à la communauté, quels avantages les gens en ont tirés (ou quels dommages, selon le sujet de l'article).

Cependant, comme il faut pour cela disposer d'exemples actuels appropriés, qui ne sont pas toujours faciles à trouver et à obtenir, on peut également recourir à des exemples classiques, par exemple la révélation du scandale du Watergate aux États-Unis par Bob Woodward et Carl Bernstein (si vous ne le connaissez pas : vidéo de 2 min 50 s <https://youtu.be/MeqBVEJ6Lkl?feature=shared>), ou les révélations d'Edward Snowden (si tout le monde ne le connaît pas, montrer une brève information : https://fr.wikipedia.org/wiki/Edward_Snowden, section « Exfiltration des documents ») sur les méthodes de surveillance numérique du gouvernement américain. La question peut être la même que ci-dessus, mais elle ne doit pas se concentrer sur le scandale/l'événement, mais sur le contenu médiatique concret (c'est-à-dire les articles du Washington Post décrivant les pratiques de Richard Nixon ou la publication de documents internes de la NSA par Snowden) : « Qu'est-ce que la divulgation de ces documents nous a apporté, que peuvent en faire les gens, à quoi servent-ils, quel effet peuvent-ils avoir ? »
(Durée : environ 15 min)

Après cette première discussion pratique, il convient d'élargir la perspective au rôle fondamental des médias dans une société démocratique. Le point de départ est la question posée par le WL : « Que peuvent et doivent apporter les médias à la démocratie ? ». Voici quelques questions pouvant être posées pour stimuler la discussion : Que peuvent faire les médias pour les citoyens/électeurs ? À quoi ressemblerait un média idéal (télévision, radio, offre Internet) au service de la démocratie ? Quels contenus devraient être proposés ?

Dans cette discussion, le WL devrait attirer l'attention sur les fonctions importantes des médias pour les citoyens. L'objectif de la discussion devrait être d'identifier ces fonctions. Plus la discussion se rapproche des fonctions définies scientifiquement, mieux c'est. Le résultat devrait être ici d'aller au-delà des motivations informationnelles et sociales pour aborder l'importance du discours social : les médias ne doivent pas seulement fournir des informations et aider les gens à s'informer, mais ils doivent également contribuer à rendre visibles les différentes opinions sur les questions controversées, afin que chacun puisse se faire une idée de ces opinions et mieux se forger sa propre opinion.
(Durée : environ 15 min)

Attentes :

- Les participants doivent reconnaître que les médias jouent un rôle important pour la société, qui va au-delà de la satisfaction des besoins individuels.
- Ils doivent comprendre l'importance des médias dans les débats sociaux sur les problèmes, les décisions importantes et les questions controversées.
- Outre la *fourniture d'informations*, il s'agit également d'aider à *valider* les informations et les opinions et d'orienter les gens dans la multitude d'informations et d'opinions disponibles, dans le but de leur permettre de se forger une opinion fondée et, par conséquent, de prendre de meilleures décisions politiques, plus « légitimes », au sein de la communauté.

Questions du test :

Questions tests	Attentes	Points
Quelles sont les différentes fonctions des médias dans une société démocratique ?	Information, validation, orientation (explications ci-dessus)	3
Comment les médias peuvent-ils orienter les individus dans une société ?	En rendant visibles (outre la mise à disposition d'informations complètes sur des thèmes) les conflits qui s'y rapportent ainsi que les opinions et les solutions alternatives. Cela permet aux individus de se forger leur propre opinion fondée.	2
Quelle est la « fonction de validation » des médias ?	Les médias ne doivent pas seulement présenter des informations et des opinions de manière neutre, mais aussi les vérifier et les replacer dans leur contexte. Cela permet d'évaluer la pertinence de certaines opinions et propositions	2

Pause pour préparer le jeu de rôle (durée : environ 15 min)

Leçon 5 – Jeu de rôle « La commission de décision »**Objectif :**

Les participants doivent découvrir de manière ludique à quel point les médias peuvent être perçus différemment au sein d'une même société. Ils doivent comprendre les différentes perspectives des différents acteurs sociaux sur les médias. L'une des conclusions devrait être que les médias, en raison de leur rôle important, ne devraient pas être soumis de manière générale à certaines autorités.

Matériel/durée :

Participants : 10 personnes maximum (pour les groupes plus importants, organiser éventuellement deux jeux de rôle)

Matériel : fiches préparées à l'avance avec les définitions des rôles et la description du scénario ;

Tableau à feuilles mobiles/tableau noir pour le travail de la commission

Durée : 90 minutes

Méthode :

1. Introduction

Le WL explique les points suivants :

- Objectif du jeu de rôle : nous voulons nous plonger dans un débat médiatique sur un sujet controversé et découvrir les différentes perceptions qu'ont les différents acteurs des médias ;
- Contexte du jeu de rôle : le problème des fausses informations et de la désinformation ;
- Il n'y a pas de « bonne » solution au problème, l'objectif est plutôt de discuter des différentes perspectives et de prendre une décision commune.
- Déroulement du jeu de rôle : les participants tirent au sort l'un des rôles décrits ci-dessous et doivent agir dans ce rôle. Le modérateur donne un scénario (voir ci-dessous). Le groupe doit ensuite prendre une décision.

2. Scénario

- Un influenceur en ligne bien connu au Sénégal a diffusé sur les réseaux sociaux l'information selon laquelle une nouvelle politique agricole du gouvernement allait conduire les petits agriculteurs à perdre leurs terres. Cette information a semé la panique parmi les communautés rurales et a donné lieu à des manifestations. Il s'est avéré par la suite que cette affirmation reposait sur une erreur, l'influenceur ayant mal interprété une information ambiguë contenue dans un document gouvernemental. Cependant, les manifestations qui ont suivi son rapport ont déjà provoqué des tensions entre les agriculteurs et le gouvernement, ainsi que des pertes économiques.
- Tâche :
 - Les participants forment, dans leurs rôles, une commission mixte chargée de délibérer sur l'affaire.
 - La commission doit décider si l'influenceur doit subir des conséquences et, si oui, lesquelles.
 - Elle doit justifier sa décision de manière compréhensible.

3. Rôles

Il y a une fiche pour chaque rôle, qui est distribuée aux participants. WL peut les distribuer au hasard ou attribuer certains rôles à certaines personnes en fonction de sa connaissance de leur personnalité.

L'influenceur

Celui qui a diffusé la fausse information sur sa chaîne YouTube et son compte Instagram. Il prétend qu'il s'agissait d'un malentendu et non d'un acte malveillant. Il invoque la liberté d'expression.

Le journaliste d'un journal national

Il est critique envers les influenceurs sur Internet, estime que l'influenceur a agi de manière irresponsable et souhaite que la désinformation soit réglementée plus strictement dans l'espace public.

L'agriculteur

Il représente la communauté concernée, déplore l'abondance d'informations peu fiables dans les médias et sur Internet et exige que la diffusion de telles fausses informations soit stoppée afin d'éviter toute panique à l'avenir.

Le politicien

Veut apaiser la situation et cherche une solution qui corresponde à l'opinion publique. Est prêt à faire des compromis.

Le représentant d'un syndicat de journalistes

Se concentre sur l'aspect juridique et fait valoir que toute décision doit être conforme à l'État de droit et proportionnée.

Le scientifique

Met l'accent sur les faits et souhaite sensibiliser la société à leur importance. Il est sceptique quant aux sanctions sans preuves claires.

Le citoyen inquiet de la communauté

Craint les conséquences de la désinformation et exige des mesures sévères pour protéger la société.

Le représentant des réseaux sociaux (YouTube/Alphabet ou Instagram/Meta)

Souligne que les plateformes doivent rester neutres et qu'elles ne sont pas responsables des contenus partagés, mais est prêt à soutenir des mesures visant à améliorer la vérification des faits.

L'éthicien/représentant religieux

Réfléchit aux implications morales de l'affaire et aux sanctions possibles, et souhaite s'assurer que la solution soit juste et durable.

Le policier

Il exige des règles claires pour la pénalisation des fausses informations, qui soient faciles à appliquer par la police, et craint que celle-ci ne soit débordée par la masse importante de contenus potentiellement punissables sur Internet.

4. Déroulement : réunion de la commission (durée : environ 45 à 60 minutes)

Le groupe commence par se constituer en élisant une personne pour présider et diriger la discussion ainsi qu'une personne chargée de consigner les principaux arguments et conclusions. Le modérateur est présent et peut être

interrogé en cas d'ambiguïté, mais il ne participe pas directement à la discussion.

La commission doit se pencher sur trois questions :

- Quelle est la responsabilité de l'influenceur et, le cas échéant, des autres acteurs dans ce scénario ?
- Quelles conséquences (sanctions, mesures de communication, campagnes d'éducation, etc.) sont appropriées et proportionnées ?
- Comment le résultat doit-il être communiqué au public ? La réunion se termine par un résumé des décisions prises sur les trois questions par le président.

Conseils de modération pour la personne qui anime la discussion :

- *Veillez à ce que chaque rôle puisse s'exprimer et soit entendu !*
- *Encouragez les participants à proposer des solutions créatives !*
- *Posez de temps en temps des questions provocantes pour stimuler la discussion (par exemple : « Les plateformes devraient-elles être tenues responsables du contenu ? »).*

Conclusion et réflexion

Une fois le jeu terminé, organisez une séance de réflexion pour discuter du jeu :

- Qu'est-ce qui a été particulièrement difficile pour les participants dans la prise de décision ?
- Ont-ils acquis une nouvelle perspective sur la problématique ?
- Comment ce scénario peut-il être appliqué à des défis sociaux réels ?

(Durée : environ 15 min)

17h00 Fin du module et du programme de la journée

Temps de réflexion

À la fin de chaque journée, les participants disposent d'environ 45 minutes de temps libre pour récapituler sur une page de leur carnet ce qu'ils ont appris au cours de la journée.

Récapitulatif pour le lendemain matin :

Le modérateur doit commencer la journée après l'atelier par un bref retour en arrière afin d'enchaîner avec le module suivant.

(Durée : environ 5 à 10 minutes)

Question : qu'avons-nous fait hier, lors de la première journée ?

- Au début, nous voulions avoir une vue d'ensemble du paysage médiatique.
- Nous avons ensuite examiné ce que les médias peuvent apporter aux utilisateurs (poser la question au public : quelles étaient les motivations pour utiliser les médias que nous avons découverts hier ? Recueillir brièvement quelques réponses à titre d'exemple).

- Nous avons également découvert le rôle que jouent les médias et l'information dans une société (poser la question sur les fonctions au public).
- Et nous avons vu, à travers un jeu de rôle, à quel point les différents acteurs ont des perceptions différentes des médias et qu'il est compliqué de prendre en compte tous ces intérêts de manière égale.

Module 2 – Misinformation, désinformation et propagande

Objectifs généraux du module :

Les participants doivent être en mesure de reconnaître la mésinformation (fausses informations), la désinformation et la propagande, de les replacer dans leur contexte local et de les évaluer. Pour cela, il est nécessaire d'acquérir et d'appliquer des compétences fondamentales en matière de recherche et de vérification des faits afin de pouvoir vérifier et évaluer la véracité de différentes sources. Les participants doivent acquérir la compétence nécessaire pour trouver, saisir et analyser des informations fiables. Cela inclut également la capacité à réfléchir sur soi-même et à remettre en question sa propre position afin de développer une attitude critique vis-à-vis des résultats de la recherche. Ces compétences doivent permettre aux participants, de manière autonome et en s'appuyant sur leurs propres connaissances locales, de produire et de communiquer des contre-récits tout en veillant à leur propre sécurité (et à celle de leurs sources).

Le cas échéant, des méthodes pratiques de recherche d'informations sécurisée sont apprises et mises en œuvre en fonction du contexte, sur la base des « Digital Enquirer Kits » (<https://digitalenquirer.org/de/>) financés par l'UE et le BMZ et élaborés par Tactical Tech ([About us \(tacticaltech.org\)](https://tacticaltech.org)) pour le compte de la GIZ.

Approche méthodologique :

Dans un premier temps, le module nécessite dans une certaine mesure la transmission de connaissances de base sur la définition et l'impact de la mésinformation, de la désinformation, de la propagande, de la démagogie, du populisme et du cadrage dans un environnement médiatique pluraliste. À cette fin, du matériel écrit/visuel et en ligne (outils) est fourni.

Le point de départ doivent être les connaissances déjà acquises par les participants. Celles-ci sont d'abord recueillies, puis des questions communes sur les lacunes sont élaborées et, dans le meilleur des cas, les participants y répondent eux-mêmes à l'aide du matériel fourni. Les unités/leçons doivent être complétées par un exercice pratique permettant aux participants d'appliquer eux-mêmes ce qu'ils ont appris à l'aide d'un exemple.

Le module s'étend sur deux jours. Le premier jour est consacré à l'acquisition des bases, le deuxième jour à la réalisation d'exercices pratiques et à l'enseignement de techniques concrètes pour lutter contre la désinformation.

Principes fondamentaux et définitions

Leçon 1 – Qu'est-ce que la désinformation ?

La leçon pose les bases pour permettre aux participants de distinguer la mésinformation de la désinformation.

Objectif :

Les participants doivent être capables de reconnaître différents types de fausses informations, car les fausses informations manipulatrices (désinformation) sont particulièrement dangereuses pour la société.

Méthode :

Demander aux participants de citer des exemples mondiaux ou locaux de « fake news » (Trump / satire sénégalaise) afin d'illustrer les différents domaines dans lesquels de fausses informations peuvent apparaître. Matériel : question imprimée (en français) ; papier et stylos pour les participants.

Le responsable de l'atelier pose la question suivante aux participants : « Quelles fausses informations avez-vous rencontrées dans les médias dans un contexte mondial et local ? »

Par groupes de deux, les participants recherchent/rassemblent des exemples en 10 minutes maximum. Ils présentent ensuite leurs conclusions.

Explication supplémentaire : avec l'aide du formateur, différentes catégories de fausses informations doivent être identifiées et classées au tableau ou sur le tableau à feuilles mobiles. Dans la mesure du possible, la formation ne doit pas chercher à clarifier les débats politiques actuels (c'est-à-dire les critiques actuelles à l'égard du président, les conflits entre les partis) ni discuter des préoccupations personnelles des participants.

Il convient de distinguer les catégories suivantes :

- Art / Satire / Contes
- Publicité
- Erreurs involontaires / erreurs de transmission
- Présentation sélective / qualité insuffisante
- Présentation sélective intentionnelle des faits
- Faux « faits »

Tâche du formateur : animer la discussion et la collecte, noter les réponses sur des cartes (ou éventuellement sous forme numérique) qui sont d'abord affichées sans ordre particulier sur un tableau/mur (le projecteur).

Les catégories qui ne sont pas identifiées par les participants eux-mêmes doivent être abordées par le formateur à travers des questions spécifiques. -> Avez-vous

déjà entendu parler d'autres types de fausses informations ? Lesquelles sont envisageables ?

Le formateur montre aux participants des exemples préparés de désinformation/mésinformation et laisse les participants discuter eux-mêmes de la particularité de ces fausses informations.

Attentes :

Les participants sont capables de distinguer différentes catégories de fausses informations. **Les misinformations** sont des informations fausses ou trompeuses. Elles se distinguent des désinformations, qui sont des informations **délibérément** trompeuses et diffusées.

La mésinformation est la diffusion involontaire d'informations fausses sans intention de nuire.

La désinformation est une information fausse qui vise à induire les autres en erreur et qui est diffusée intentionnellement afin de confondre les faits et la fiction.

Questions test :

Questions tests	Horizon d'attente	Points
Citez au moins trois catégories d'informations qui constituent de la mésinformation	Art / Satire / Contes / Publicité / Erreurs de transmission /	3
Citez au moins deux catégories d'informations qui représentent de la désinformation	Présentation sélective intentionnelle / « Faits » erronés	3

Leçon 2 – Comment reconnaître la désinformation ?

Objectif :

Les participants identifient et comprennent les causes et les raisons qui sous-tendent la désinformation. Nous nous concentrons particulièrement sur les discours extrémistes et tribaux et les objectifs de communication qui attisent les conflits sociaux.

Matériel/temps :

Question imprimée, papier et stylos pour les participants
durée : environ 90 minutes

Méthode :

Au début, nous montrons un clip vidéo d'environ 5 minutes sur la propagande de l'EI en Irak en 2014 (tiré de : ZDFInfo Die Macht der Information - Krieg).

L'animateur discute de la vidéo avec les participants afin d'aborder ensuite les différentes stratégies des extrémistes qui visent à semer la discorde. L'animateur donne ensuite la définition de la propagande, de la démagogie et du populisme, suivie d'une discussion avec les participants. Les participants appliquent les définitions de la communication subversive à leur propre réalité et identifient les acteurs et les intérêts en jeu.

Le formateur pose des questions et recueille les exemples mondiaux ou locaux de propagande, de démagogie et de populisme connus des participants.
(Durée : 60 min)

L'animateur pose la question suivante aux participants : « Quels exemples de propagande, de démagogie et de populisme avez-vous rencontrés dans le contexte mondial et local dans les médias ? »

Par groupes de deux, les participants recherchent/rassemblent des exemples en moins de 15 minutes. Ils présentent ensuite leurs conclusions. Ensuite : discussion de 15 minutes sur un exemple en partant du principe suivant : **qui sont les acteurs ? Quels sont les intérêts en jeu ?** (Durée : 30 min)

Attentes :

Grâce à l'enseignement du WL, les participants connaissent les définitions de la propagande, de la démagogie et du populisme et sont capables de distinguer ces trois discours destructeurs et de les appliquer au contexte sénégalais.

Termes techniques :

Sur Wikipédia, les différents termes utilisés dans ce domaine sont définis comme suit :

- Dans son acception moderne, **la propagande** désigne les tentatives ciblées visant à façonner les opinions politiques, religieuses ou idéologiques ou les opinions publiques, de manipuler les connaissances et d'orienter les comportements dans la direction souhaitée par le propagandiste ou le dirigeant. Les techniques de propagande se caractérisent par le fait de ne pas présenter les différents aspects d'un sujet et de mélanger informations et opinions. Cela contraste avec les points de vue pluralistes et critiques, qui sont façonnés par différentes expériences, observations et évaluations, ainsi que par un discours rationnel.
- **La démagogie** désigne, dans un sens péjoratif, l'incitation idéologique, en particulier dans le domaine politique. Aujourd'hui, la démagogie est notamment définie comme suit : « La démagogie consiste à promouvoir publiquement un objectif politique à un moment opportun en flattant les masses, en faisant appel à leurs sentiments, instincts et aux préjugés, se rend

coupable d'incitation à la haine et de mensonges, exagère ou simplifie grossièrement la vérité, présente la cause qu'il veut faire valoir comme la cause de toutes les personnes bien intentionnées et présente la manière dont il la fait valoir ou propose de la faire valoir comme la seule possible. »

— MARTIN MORLOCK 197

- **Le populisme** désigne une politique qui se veut proche du peuple, qui exploite les émotions, les préjugés et les craintes de la population pour servir ses propres intérêts et objectifs, et qui propose des solutions prétendument simples et claires aux problèmes politiques. Sous différentes formes, les populistes prétendent parler au nom de l'ensemble du peuple et représenter sa véritable volonté.

En réalité, l'idée qu'il existe un peuple (national) homogène n'est pas tenable. Tant sur le plan ethnique, social ou économique qu'en termes d'intérêts individuels, la population de tous les États est hétérogène.

De plus, il n'existe pas de vérité absolue (du moins en matière politique).

C'est précisément pour cette raison que dans les démocraties modernes, tous les citoyens (citoyens/bourgeoisie) sont appelés à participer à la vie politique à tous les niveaux et à contribuer activement à façonner l'avenir commun.

Questions test :

Questions test	Attentes	Points
Citez au moins deux exemples de propagande extrémiste dans le contexte sénégalais.	Résultats de la présentation	3
Citez au moins deux exemples de démagogie extrémiste dans le contexte sénégalais.	Résultats de la présentation	3
Citez au moins deux exemples de populisme extrémiste dans le contexte sénégalais.	Résultats de la présentation	3
Quelle est la différence entre... ?		

Leçon 3 – Quels sont les principaux défis posés par la désinformation ?

Objectif :

Dans un premier temps, les participants identifient et comprennent, grâce aux informations fournies par le formateur, les défis que posent les plateformes de réseaux sociaux en matière de désinformation. Les bulles de filtrage et les chambres d'écho sont notamment des facteurs qui renforcent la désinformation. Dans un deuxième temps, les contre-mesures possibles telles que l'inoculation (vaccination contre la désinformation), le prebunking (mesures préventives) et le debunking (démystification) de la désinformation sont abordées.

Matériel/temps :

Question imprimée ; papier et stylos pour les participants

Durée : environ 75 minutes

Méthode :

Le formateur aborde d'abord au tableau deux problèmes centraux liés aux réseaux sociaux et laisse les participants trouver les réponses.

1. **Désinformation et fausses informations :**

Pourquoi les fausses informations se propagent-elles si rapidement sur les réseaux sociaux ? Il est très facile de diffuser des informations erronées, ce qui peut entraîner des malentendus et semer la panique.

2. **Bulles de filtrage et chambres d'écho :**

Quelles sont les caractéristiques des chambres d'écho et des bulles de filtrage ?

Les utilisateurs ne voient souvent que des contenus qui correspondent à leurs opinions existantes, ce qui favorise une perspective unilatérale et rend le débat social plus difficile.

Question et collecte par l'animateur d'exemples mondiaux ou locaux de bulles de filtrage et de chambres d'écho connus des participants.

L'animateur pose la question suivante aux participants : « **Pourquoi les fake news se propagent-elles particulièrement vite sur les médias sociaux ?** »

« **Quels exemples de bulles de filtrage et de chambres d'écho connaissez-vous à l'échelle mondiale et locale ?** »

Contexte rencontré dans les médias ? »

Par groupes de deux, les participants recherchent/rassemblent des exemples de bulles de filtrage et de chambres d'écho. Ils présentent ensuite leurs conclusions.

Puis : discussion d'un exemple sous le thème : comment fonctionnent les bulles de filtrage et les chambres d'écho ?

Attentes :

les participants doivent comprendre que les bulles de filtrage et les chambres d'écho renforcent la désinformation sur les réseaux sociaux, car elles fournissent des informations partiales qui renforcent leurs propres préjugés et convictions et favorisent la pensée de groupe. Elles encouragent également une acceptation aveugle, la propagation rapide de la désinformation et l'isolement des vérifications des faits.

Questions du test :

Questions du test	Attentes	Points
Citez au moins deux effets des bulles de filtrage qui favorisent la désinformation.	Biais de confirmation / Information partiale	3

Citez au moins trois effets des chambres d'écho qui favorisent la désinformation	Renforcement de ses propres convictions / Pensée de groupe	3
Citez au moins trois facteurs liés aux chambres d'écho qui renforcent la désinformation.	Acceptation sans critique / Diffusion rapide / Isolement des vérifications des faits	3

Leçon 4 – Contre-mesures pratiques pour lutter contre la désinformation

Objectif :

Les participants doivent reconnaître les contre-mesures et les contre-récits dont l'efficacité dans la lutte contre la désinformation est scientifiquement prouvée. À cette fin, les termes « inoculation », « prebunking » et « debunking » ainsi que « fragmentation » sont mis en relation avec la désinformation.

Méthode :

Pour commencer et impliquer les participants : brainstorming des participants – quelles seraient leurs idées pour des contre-mesures efficaces ?

Recueillir les idées des participants au tableau / sur le tableau à feuilles mobiles (max. 10 min).

Le formateur explique au tableau quelques exemples **d'inoculation (vaccination contre la désinformation), de prébunking (mesures préventives) et de debunking (démystification) à l'aide de vidéos YouTube d'Inoculation Science (Université de Cambridge / Université de Bristol), qui peuvent être visionnées avec des sous-titres en français.** Il n'est pas nécessaire de visionner toutes les vidéos. Les concepts sont ensuite discutés. Dans une dernière étape, le thème de la fragmentation visant à renforcer l'effet de la désinformation est abordé et discuté. Des documents supplémentaires sont distribués pour approfondir le sujet de manière autodidacte.

Attentes :

Les participants doivent découvrir, discuter et comprendre les concepts préventifs de prébunking et d'inoculation ainsi que le concept réactif de debunking et l'effet amplificateur de la fragmentation.

Inoculation (vaccination contre la désinformation), qu'est-ce que c'est ?

Dans un troisième temps, le WL donne un aperçu des composantes de l'« inoculation Science » contre la désinformation et montre une vidéo YouTube : « The Vaccine for Fake News », en anglais, mais pouvant être visionnée avec des sous-titres en français <https://youtu.be/Jqt7B857ooM?si=vZCYYT0qCVYnENZB> Durée : 07:00. Ensuite, le formateur distribue des documents pour approfondir l'auto-apprentissage.

Composantes :

- **Études et ateliers** : un exemple est l'organisation d'ateliers tels que celui que nous avons organisé ici à Oussouye, dans lesquels les mécanismes et les techniques de désinformation sont expliqués et les compétences de base dans le traitement de l'information sont enseignées (scepticisme face aux informations « trop belles pour être vraies », conscience que chaque article/information n'est qu'un extrait de la réalité). Cela aide les participants à mieux se protéger contre les contenus manipulateurs.
- Document à distribuer Article de synthèse scientifique <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.abo6254>
- **Campagnes d'information** : campagnes visant à sensibiliser le public aux stratégies de désinformation courantes, telles que l'utilisation de deepfakes ou d'images et de vidéos manipulatrices.
- **Documentation** Article de synthèse <https://www.bpb.de/lernen/bewegtbild-undpolitische-bildung/555994/auf-einen-blick/>

Le « prebunking » (mesures préventives) dans la pratique

Vidéo : Décontextualisation : <https://youtu.be/LGjIPmpzuXQ?feature=shared>

Le WL utilise de courts clips vidéo qui illustrent ces techniques de manipulation. Par exemple, Inoculation Science (Université de Cambridge) a créé des vidéos qui montrent comment ces techniques de désinformation sont utilisées. Ces vidéos peuvent aider à sensibiliser les participants à ces tactiques.

Une **discussion et une analyse** suivent : les participants regardent les vidéos et discutent ensuite de la manière dont ils peuvent reconnaître si des informations sont manipulatrices.

WL demande aux participants : « Quels sont les signes qui indiquent un faux ? Comment peut-on traiter les informations avec prudence ? »

Démystification : Le WL pose d'abord la question suivante : « Quels outils de démystification les participants connaissent-ils déjà ? » - Collecte d'outils au tableau / sur le tableau à feuilles mobiles

Vérification des faits : des organisations telles que l'AFP ou des portails de vérification des faits tels que klicksafe publient régulièrement des vérifications des faits afin de démasquer des fausses informations spécifiques et de diffuser la vérité. <https://factuel.afp.com/> Un exemple africain du 10 décembre 2024 : <https://factuel.afp.com/doc.afp.com.36PX6FH>

Plateformes de réseaux sociaux : des plateformes telles que Facebook et Twitter ont mis en place des mécanismes permettant d'identifier et de supprimer les fausses informations, ou du moins de signaler qu'elles ont été classées comme fausses.

Questions tests :

Questions tests	Horizon d'attente	Points
Citez au moins trois techniques de pré-bunking Techniques	Implication émotionnelle / Attaques ad hominem / Bouc émissaire / Faux dilemmes / Contradictions	3
Citez deux composantes de la science de l'inoculation	Le debunking comme mesure réactive (démystification) / Le prebunking comme mesure préventive	2
Citez une mesure réactive et une mesure préventive de la science de l'inoculation.	Mesure réactive : vérification des faits / Mesures préventives : études / ateliers / techniques de prébunking	2

Leçon 4 – Lutte contre la désinformation Partie 2 – Le rôle de la fragmentation de la société

Après le test, le WL montre que la « fragmentation » de la société joue un rôle important dans la propagation de la désinformation. Voici quelques points qui illustrent cela et que le WL explique sur un tableau / un tableau à feuilles mobiles :

1. **Espaces de discussion isolés** : les plateformes de réseaux sociaux favorisent souvent la création d'espaces de discussion isolés dans lesquels les utilisateurs interagissent principalement avec des personnes partageant les mêmes idées. Cela peut les amener à ne voir que des informations qui confirment leurs convictions existantes et à être moins critiques à l'égard des nouvelles informations.
2. **Renforcement des préjugés** : la fragmentation du public en différents groupes peut renforcer les préjugés et la désinformation. Les gens ont tendance à accepter les informations qui confirment leurs opinions existantes et à ignorer ou rejeter celles qui les contredisent.
3. **Difficultés à diffuser des corrections** : la fragmentation rend difficile la diffusion d'informations correctives. Lorsque les gens restent dans des groupes isolés, ils sont moins susceptibles d'être exposés à des vérifications des faits ou à des informations correctives.
4. **Manipulation par des contenus ciblés** : les acteurs de la désinformation peuvent créer et diffuser des contenus ciblés qui s'adressent à certains groupes et les renforcent. Ces contenus ciblés peuvent être diffusés plus facilement lorsque le public est fragmenté.

La fragmentation est donc un facteur essentiel qui augmente l'efficacité de la désinformation et rend sa lutte plus difficile. As-tu déjà réfléchi à la manière dont on pourrait surmonter cette fragmentation ?

Discussion avec les participants : quelle est la situation au Sénégal ? Existe-t-il des exemples de « fragmentation sociale » au Sénégal ?

Leçon 4 – Contre-mesures pratiques pour lutter contre la désinformation

Partie 3 – Digital Enquirer

Début du récapitulatif de la veille

Identifier les fausses informations et y réagir

<https://www.digitalenquirer.org/fr/identifying-and-responding-to-misinformation/>

Objectif :

Dans la première partie du cours en ligne « Digital Enquirer », axé sur la mise en pratique, l'accent est mis sur les fausses informations : à quoi ressemblent-elles, comment se propagent-elles et comment les traiter ? Parallèlement, les participants apprennent à adopter des habitudes et des pratiques qui garantissent leur sécurité individuelle. Ils découvrent également comment les technologies sont utilisées pour influencer ce que les gens ressentent, voient et croient, et ce qu'ils peuvent faire pour lutter contre cela.

Méthode :

Les participants se rendent sur le site web du DE. En petits groupes de 3 à 5 personnes, ils travaillent sur les différentes unités d'enseignement. Chacune des unités comprend un contenu qui peut être traité en 15 à 20 minutes environ ainsi qu'un exercice pratique qui prend entre 40 et 60 minutes. Cet exercice pratique doit être réalisé sous la supervision du formateur.

Attentes :

Les participants doivent être capables de reconnaître les fausses informations et de les combattre à l'aide de méthodes journalistiques.

En outre, ils doivent comprendre leur propre rôle en tant qu'acteurs dans l'écosystème de l'information et reconnaître le fonctionnement des systèmes techniques (flux d'actualités / pièges à clics / trackers) afin de mieux classer les sources fiables et non fiables. À la fin, les fausses informations visuelles seront également abordées.

Kit Digital Enquirer

Unité 1 : Ta façon de penser en tant que détective numérique

<https://www.digitalenquirer.org/fr/module-1/lesson-1-build-your-digital-enquirer-mindset/story.html>

Renforcez votre confiance en vous lors de la recherche, de la collecte et du partage d'informations. Apprenez ce que signifie le principe « ne pas nuire » et comment limiter les risques pour vous-même et votre entourage.

1. Introduction
2. Prendre soin de soi et des autres (COWS)
3. Ne causez aucun dommage
4. Minimiser les risques
5. Élaborer votre plan d'action
6. Points à retenir

Exercice pratique guidé par l'animateur de l'atelier : 20 minutes pour élaborer un plan d'action en groupes, puis 40 minutes pour présenter les résultats des groupes et discuter ensemble.

Unité 2 : Les multiples facettes de la désinformation

<https://www.digitalenquirer.org/fr/module-1/lesson-2-many-faces-of-misinformation/story.html>

Découvrez les différents types de désinformation et déterminez l'étendue des dégâts.

1. Introduction
2. Types de fausses informations (**attention : ne mentionnez ici que les types de fausses informations de la veille !**)
3. Classer correctement les fausses informations
4. Déterminer l'ampleur des dommages
5. Points à retenir

Recherche en groupe d'informations erronées locales, puis présentation des résultats et discussion de groupe (60 minutes)

Unité 3 : Votre rôle dans l'écosystème de l'information

<https://www.digitalenquirer.org/fr/module-1/lesson-3-your-role-in-the-informationecosystem/story.html>

Découvrez comment et pourquoi les publications apparaissent dans votre fil d'actualité et apprenez à déterminer quelles informations sont fiables.

1. Introduction
2. Découvrez comment l'information se diffuse (**attention : répétition du jour 1**)
3. Votre rôle dans l'écosystème de l'information

4. Découvrez ce que signifie le profilage de personnalité
5. Comment vos flux sont compilés
6. Configure ton fil d'actualité
7. À retenir

Création d'un fil d'actualité en groupes, puis présentation des résultats et discussion de groupe (40 minutes)

Unité 4 : Reconnaître les sources peu fiables

<https://www.digitalenquirer.org/fr/module-1/lesson-4-spot-unreliablesources/story.html>

Reconnaissez les pièges à clics et les sources peu fiables ; entraînez votre œil à repérer les adresses Web frauduleuses et familiarisez-vous avec les traceurs.

1. Introduction
2. Reconnaître les pièges à clics
3. Déterminez si l'URL est fiable
4. Reconnaître les URL problématiques
5. Découvrez ce que sont les traceurs
6. Cliquer ou ne pas cliquer ?
7. À retenir

Description des URL problématiques en groupes, puis présentation des résultats et discussion de groupe (durée : environ 40 minutes)

Le WL peut présenter le site web de l'UE EUvsDesinfo comme exemple supplémentaire :

<https://euvsdisinfo.eu/fr/>

Unité 5 : Reconnaître les fausses informations visuelles

<https://www.digitalenquirer.org/fr/module-1/lesson-5-explore-visualmisinformation/story.html>

Reconnaissez les *Cheap Fakes* (faux « bon marché ») et les *Deepfakes* : ils sont souvent moins évidents que vous ne le pensez.

1. Introduction
2. Vérifiez les photos accompagnées d'une légende erronée
3. Découvrez ce que signifie « faux grossiers »
4. Reconnaître les deepfakes
5. À retenir

Description des deepfakes locaux en groupes, puis présentation des résultats et discussion de groupe (attention, animateurs de l'atelier : ne laissez pas place à des discussions politiques partisans !) (60 minutes)

Unité 6 : Rassembler tous les éléments / vérifier les objectifs d'apprentissage

<https://www.digitalenquérir.org/fr/module-1/lesson-6-put-it-alltogether/story.html>

Les animateurs de l'atelier vérifient si les connaissances de base sont acquises (critère : 60 % des questions ont-elles reçu une réponse correcte ?) Si les lacunes sont trop importantes, les participants sont invités à rattraper leur retard sur certains aspects à l'aide du matériel pédagogique.

Répondez à un petit quiz pour réviser ce que vous avez appris jusqu'à présent.

1. 10 questions sur la manière dont **un détective numérique** identifie les fausses informations et y réagit
2. Résumé

Questions du test :

1. En quoi consiste la « fonction de validation » des médias, c'est-à-dire de quelle manière les médias peuvent-ils aider les gens à évaluer les positions politiques ? (5 points)
2. Cochez les types d'informations suivants qui constituent des informations erronées et de la désinformation ! (5 points)

	Mésinformation	Désinformation
Contes	..	..
Omission délibérée d'informations	..	..
Fautes d'orthographe d'un journaliste	..	..
Événement fictif	..	..
Publicité	..	..

3. Expliquez pourquoi les « chambres d'écho » peuvent renforcer la diffusion de fausses informations. (5 points)
4. Cochez les mesures suivantes qui peuvent être classées comme stratégie de pré-démystification ou de démystification. (5 points)

	Prévention	Débunking
--	------------	-----------

La véracité des publications sur les réseaux sociaux est vérifiée par des vérificateurs de faits.	..	..x
Dans les écoles, on discute avec les élèves des dangers liés aux fausses informations sur Internet.	..x	..
Instagram propose une fonctionnalité permettant de signaler les fausses informations.	..	..x
Sur Facebook, les fausses informations sont accompagnées d'un avertissement.	..	..x
Une application permet d'apprendre, à l'aide d'exemples, à porter un regard plus critique sur les informations et les photos.	..x	..

Module 3 – Bases du journalisme / Storytelling

Objectifs généraux du module :

Le module 3, Bases journalistiques & storytelling, s'appuie sur les compétences acquises en recherche et en vérification des faits acquises du module 2 (mésinformation / désinformation / propagande).

Les participants doivent être en mesure, en tant que « journalistes citoyens », de rapporter et de documenter les résultats de leurs recherches vérifiées dans leur propre contexte local africain. Pour cela, il est nécessaire de transmettre aux journalistes citoyens les compétences de base en matière de présentation et de publication d'informations (formes de présentation journalistique / narration) au sein de l'équipe

afin que ces informations vérifiées puissent fonctionner comme contre-récits dans le contexte local. Ces compétences doivent permettre aux participants, de manière autonome et en s'appuyant sur leurs propres connaissances locales, d'atteindre la population avec des contre-récits afin de lutter contre la mésinformation, la désinformation et la propagande et de contribuer à un discours social pluraliste fondé sur des faits, dans lequel « les journalistes citoyens ont une voix qui favorise la paix ».

Approche méthodologique :

Le module nécessite la transmission théorique de connaissances de base sur les principales formes de présentation journalistique (storytelling). Celles-ci se divisent en « formes de présentation informatives », telles que les brèves, les articles et les

reportages, et en « formes de présentation exprimant une opinion », telles que les éditoriaux, les commentaires et les critiques. Dans ce cadre, les différents rôles et modèles de comportement d'un journaliste ainsi que les différentes fonctions de communication des formes de présentation sont également abordés.

Du matériel écrit/visuel et en ligne (outils) est mis à disposition à cet effet.

Le module adapte des éléments et des méthodes pratiques du « Digital Enquirer Kit » (<https://digitalenquierer.org/de/>) financé par l'UE et le BMZ et élaborés par Tactical Tech ([About us \(tacticaltech.org\)](https://tacticaltech.org)) pour le compte de la GIZ (<https://digitalenquierer.org/de/>). La transmission de connaissances axée sur la pratique doit permettre aux participants, grâce à des exercices, d'aborder de manière collaborative et autonome des thèmes et des questions complexes, et de jouer et critiquer leurs propres « contre-récits » locaux en fonction de leur portée et de leur public cible. Ainsi, les méthodes pratiques du processus de travail journalistique - **recherche, vérification, présentation et diffusion** d'informations - sont apprises et mises en œuvre en fonction du contexte.

Vérifier les informations en ligne

Dans cette partie du cours, les participants franchissent une nouvelle étape dans le développement de leur esprit de détective numérique : ils apprennent à vérifier la fiabilité des informations et à prendre les mesures nécessaires pour effectuer des recherches sur Internet de manière sûre et organisée.

Leçon 1 – Recherche – La méthode scientifique

<https://www.digitalenquierer.org/fr/module-2/lesson-1-the-scientificmethod/story.html>

Apprenez à structurer vos recherches à l'aide de la méthode scientifique.

- Introduction
- Sois curieux
- Posez des questions critiques
- Recueillez les détails importants
- Élabore une hypothèse
- Points à retenir

Application pratique (durée : environ 40 minutes)

Recherche et formulation d'hypothèses sur des histoires locales en groupes, puis présentation des résultats et discussion de groupe au tableau ou sur des flipcharts

Leçon 2 – Des informations fiables

<https://www.digitalenquierer.org/fr/module-2/lesson-3-information-you-can-count-on/story.html>

Apprenez à reconnaître les caractéristiques des sources fiables et lancez votre recherche en ligne. Remarque : dans quelle mesure les sources « privées » connues, par exemple des personnes de confiance telles que des membres de la famille, des amis, un imam, un prêtre ou un marabout ?

- Introduction
- Principes fondamentaux de la crédibilité
- Neutralité dans les médias
- Commencez vos recherches sur Internet
- Évaluez vos résultats de recherche
- Points à retenir

Application pratique (durée : environ 40 minutes)

Application des connaissances acquises dans un contexte local en groupes, puis présentation des résultats et discussion de groupe au tableau ou sur des flipcharts

Leçon 3 – Évaluer l'authenticité

<https://www.digitalenquérir.org/fr/module-2/lesson-4-assessauthenticity/story.html>

Familiarisez-vous avec les sources d'informations non authentiques : bots, botnets, avis sponsorisés et fermes à clics.

- Introduction
- Le caractère perfide des bots
- Partez à la recherche d'indices de robotique
- Reconnaître les activités « de type bot »
- Récompenses pour les avis
- Reconnaître les cas de fraude
- À retenir

Application pratique (durée : environ 40 minutes)

Application des connaissances acquises dans le contexte local (où trouve-t-on des bots au Sénégal ?) en groupes, puis présentation des résultats et discussion de groupe au tableau ou sur des tableaux à feuilles mobiles

Leçon 4 – Que cache une image ?

<https://www.digitalenquérir.org/fr/module-2/lesson-5-whats-in-a-picture/story.html>

Vous évaluez des informations visuelles et déterminez l'origine d'une image à l'aide d'une recherche d'image inversée.

- Introduction
- La recherche d'images inversée
- Effectuer une recherche d'image inversée
- Découvrez d'où provient la photo
- Faites preuve de créativité dans votre recherche d'images
- À retenir

Application pratique (durée : environ 40 minutes)

Application des connaissances acquises dans un contexte local (recherche d'image inversée à partir d'un exemple marquant ?) en groupes, puis présentation des résultats et discussion de groupe au tableau ou sur des tableaux à feuilles mobiles.

Leçon 5 – Rassemblez tous les éléments

<https://www.digitalenquirer.org/de/module-2/lesson-7-put-it-alltogether/story.html>

Répondez à un petit quiz et testez vos nouvelles connaissances en matière de vérification.

1. 10 questions courtes sur le thème « Vérification des informations »
2. Résumé

Principes fondamentaux : formes de présentation journalistiques (information et opinion)

Objectif :

Les journalistes ne se contentent pas de rendre compte de l'actualité dans différents médias, à savoir la radio, la télévision, la presse écrite ou en ligne, mais ils le font également sous des formes très variées. Parmi les plus importantes, on peut citer les actualités, les analyses, les commentaires et les interviews (en résumé : sans prétendre d'être exhaustif). Dans cette partie du cours, les participants apprennent à différencier entre les formes de présentation informatives et les formes de présentation exprimant une opinion, à les évaluer et à les appliquer.

Méthode :

À l'aide d'exemples locaux fournis par le formateur, les différences entre les formes de présentation informatives et celles exprimant une opinion doivent être abordées et discutées.

Objectifs attendus :

Les participants sont capables de reconnaître la différence entre les formes de présentation informatives et celles exprimant une opinion et sont eux-mêmes en mesure de rédiger un bref message ou un bref commentaire en tenant compte des questions clés.

L'information :

Le langage d'une nouvelle est sobre et neutre. Le texte commence par l'essentiel et répond aux questions suivantes : qui fait quoi, quand, où, comment, pourquoi ? Et qui l'a communiqué (sources) ? La nouvelle décrit quelque chose qui s'est produit ou annonce ce qui va se produire. On distingue le communiqué court et le reportage plus long. Les actualités occupent traditionnellement une large place dans les quotidiens ; les hebdomadaires utilisent souvent les actualités comme point de départ pour des reportages de fond, des analyses et des commentaires.

Discussion entre les participants : où trouve-t-on, dans le contexte sénégalais, des informations fiables et de qualité qui rendent compte des faits de manière objective et neutre ?

L'analyse :

La forme journalistique de l'analyse se consacre à l'étude systématique d'un thème ou d'un sujet particulier. Les différents aspects qui ont contribué à l'émergence d'une situation sont évalués, analysés en fonction de leur influence sur la situation globale et mis en relation les uns avec les autres. L'objectif de l'analyse est de transmettre au lecteur des connaissances plus approfondies sur le thème traité.

Discussion entre les participants : où trouve-t-on des analyses approfondies dans le contexte sénégalais ?

L'interview :

L'interview en tant que forme de présentation journalistique est souvent utilisée dans la presse écrite ou en ligne lorsque la personne interviewée est une personnalité du monde politique, économique, culturel ou social et/ou lorsque la conversation porte sur un sujet où chaque mot compte. Mais les interviews peuvent aussi être utilisées simplement pour raconter un fait sous la forme d'une conversation variée. Il faut savoir qu'en Allemagne, contrairement aux pays anglo-saxons, il est souvent de bon ton dans la presse écrite et en ligne de faire relire les interviews par l'interlocuteur avant leur publication et de les faire « autoriser » – le cas échéant avec des corrections de ce qui a été dit précédemment.

Discussion entre les participants : les interviews sont-elles également « autorisées » dans le contexte sénégalais ? L'autorisation des interviews est-elle une bonne pratique ? Avantages / inconvénients ?

Le commentaire :

Le commentaire fait partie des formes journalistiques d'expression d'opinion. Cela signifie qu'il ne s'agit pas ici en premier lieu d'une présentation purement objective, mais bien délibérément de l'opinion de l'auteur. Les auteurs d'un commentaire prennent position sur des événements politiques, économiques et sociaux. Les commentaires ont pour but d'inciter le lecteur à se forger sa propre opinion.

Discussion entre les participants : dans le contexte sénégalais, fait-on la distinction entre les formes de présentation exprimant une opinion et les formes de présentation informatives ?

Photo / vidéo / audio (médias audiovisuels) :

Dans les quotidiens, les photos sont principalement des instantanés de l'actualité. Parfois, cependant, les photos n'ont pas seulement un caractère documentaire, mais servent avant tout à visualiser un sujet de manière esthétique. La photo peut apporter un aspect supplémentaire au sujet, elle peut l'évaluer et le commenter. L'effet de l'image dépend du format et du choix du cadrage. Les distorsions optiques et les collages servent également à clarifier les relations.

Dans les médias sociaux et en ligne, les médias audiovisuels (vidéos/podcasts) peuvent également être utilisés avec beaucoup d'effet dans toutes les formes de présentation classiques.

Les médias audiovisuels nécessitent certes un effort technique plus important que les formes de présentation textuelles, mais ils sont ainsi plus accessibles que les textes et ont une portée et une viralité plus importantes.

Discussion entre les participants : dans le contexte sénégalais, où les médias audiovisuels sont-ils particulièrement efficaces ?

Questions test :

Scénario : hier, un grave accident de la circulation s'est produit sur la route départementale entre Oussouye et Ziguinchor. Un camion complètement surchargé de sacs de riz et de bétail a basculé à grande vitesse et est entré en collision avec un véhicule circulant en sens inverse. Il y a eu des morts et des blessés. La police soupçonne qu'un pneu arrière éclaté est à l'origine de la perte de contrôle du véhicule par le conducteur.

Questions du test	Attentes	Points
Faites des recherches et rédigez, en tenant compte des questions clés, un bref communiqué sur l'accident de la circulation	Rédiger un communiqué	3
Faites des recherches et rédigez un bref commentaire sur l'accident de la circulation en tenant compte des questions clés.	Rédiger un commentaire	3

1. Quels outils pouvez-vous utiliser pour vérifier des photos trouvées sur Internet ? (2 points)
2. Expliquez à l'aide de quelles informations on peut déterminer si une image est actuelle ou si elle a déjà été utilisée auparavant. (2 points)

3. Rédigez un message de sept lignes maximum sur le scénario ci-dessous.
Tenez compte des questions suivantes ! (6)



Leçon 6 – Documentation et collaboration lors de vos recherches sur Internet

Objectif :

Dans cette section, les participants apprennent à mener des recherches de manière sûre et rigoureuse ainsi qu'à documenter soigneusement les résultats de leurs recherches (protection des sources). Afin de vérifier les résultats de recherche, il peut être nécessaire de recourir à des sources externes répertoriées dans le centre de ressources. Les participants peuvent le faire en ligne en autodidactes après ce cours.

Méthode :

L'animateur de l'atelier guide les participants à travers les différents modules des kits Digital Enquirer en relation avec la collaboration et la documentation d'une recherche sur Internet sur un sujet donné.

Attentes :

Les participants doivent apprendre à planifier et à mener une recherche de manière sûre et minutieuse afin de se protéger eux-mêmes et leurs sources. À plusieurs reprises, il convient d'évaluer si les résultats de la recherche vérifiés doivent être publiés ou non.

Leçon 7 – Commencez votre documentation

<https://www.digitalenquirer.org/fr/module-3/lesson-4-start-yourdocumentation/story.html>

Découvrez les bonnes pratiques en matière de documentation, par exemple quelles informations vous devez documenter et lesquelles vous devez garder privées.

1. Introduction

2. Tracez votre chemin
3. Évaluez les avantages et les inconvénients
4. Choisissez des pseudonymes
5. Enregistrez vos données
6. Commence la documentation
7. Points à retenir

Leçon 8 – Documentez avec soin

<https://www.digitalenquirer.org/fr/module-3/lesson-5-document-withcare/story.html>

Découvrez comment garantir votre sécurité et celle des membres de votre équipe et de vos informateurs lorsque vous documentez les résultats de vos recherches.

1. Introduction
2. Rédigez une documentation concise
3. Obtenez des déclarations de consentement
4. Documentation des événements
5. Conseils pour une documentation collaborative
6. À retenir

Leçon 9 – Examiner et partager vos résultats

Maintenant que vous avez collecté et documenté vos données, vous êtes prêt à analyser vos résultats. C'est exactement ce que vous ferez dans ce module. Vous vous demanderez également si vous souhaitez communiquer et partager vos résultats ou si vous préférez les garder pour vous.

Rendre visible l'invisible

<https://www.digitalenquirer.org/fr/module-4/lesson-2-expose-theinvisible/story.html>

Examinez et obtenez les informations cachées « dans les coulisses » (métadonnées) des photos, vidéos et documents.

1. Introduction
2. Obtenir les métadonnées
3. Analysez les données Exif
4. Découvrez la géolocalisation
5. Consultez les métadonnées de géolocalisation
6. À retenir

Mise en pratique des connaissances acquises à partir des sources du centre de ressources dans le contexte sénégalais local en groupes, puis présentation des résultats et discussion de groupe (durée : environ 20 minutes)

Rendez compte et partagez les résultats de vos recherches sur Internet

<https://www.digitalenquérir.org/fr/module-4/lesson-4-report-and-share-yourdigital-enquiry/story.html>

Décidez si vous souhaitez rendre compte de vos résultats et les partager ou si vous préférez les garder pour vous. Recueillez de nouvelles idées sur la meilleure façon d'atteindre vos groupes cibles.

1. Introduction
2. Atteignez votre groupe cible
3. Publiez et diffusez vos résultats
4. Accordez-vous une pause
5. Points à retenir

Résumé par l'animateur de l'atelier et discussion avec les participants

Questions tests – Module 2 (mésinformation, désinformation et propagande) et module 3 (bases du journalisme)

Questions test	Attentes	Points
Citez au moins deux effets des bulles de filtrage qui favorisent la désinformation	Biais de confirmation / Information partielle	3
Citez au moins trois effets des chambres d'écho qui favorisent la désinformation.	Renforcement de ses propres convictions / pensée de groupe	3
Citez au moins deux exemples de démagogie extrémiste dans le contexte sénégalais.	Résultats de la présentation	3
Citez au moins deux exemples de populisme extrémiste dans le contexte sénégalais.	Résultats de la présentation	3
Citez au moins trois catégories d'informations qui constituent de la désinformation.	Art / Satire / Contes / Publicité / Erreurs de transmission	3
Citez au moins deux catégories d'informations qui constituent de la désinformation	Présentation sélective intentionnelle / « Faits » erronés	3

Citez au moins trois techniques de manipulation de pré-bunking.	Implication émotionnelle / Attaques ad hominem / boucs émissaires / faux dilemmes / contradictions	3
Citez deux composantes de la science de l'inoculation	Le debunking comme mesure réactive (démystification) / Le prebunking comme mesure préventive	<u>2</u>
Citez une mesure réactive et une mesure préventive de la science de l'inoculation	Mesure réactive : vérification des faits / Mesures préventives : études / ateliers / techniques de prébunking	<u>2</u>
		25 points

Module 6 – Interaction civilo-militaire

Structure du module :

Le module comprend un élément « connaissances de base », qui traite des principes fondamentaux et des méthodes de l'interaction civilo-militaire, et un exercice visant à appliquer ces principes au contexte local.

Méthodologie :

Combinaison d'apports théoriques, de travail en groupe et de discussion animée par le formateur. Dans un deuxième temps, jeu de rôle animé, guidé et modéré par le formateur.

Objectifs généraux du module :

Les participants connaissent l'importance de l'interaction et de la coopération entre les acteurs civils et militaires en tant qu'élément essentiel pour instaurer et maintenir la sécurité et le développement dans le contexte local.

Les participants comprennent les différentes perspectives, objectifs, horizons de planification et défis des acteurs militaires et civils dans leurs efforts pour instaurer la sécurité et la stabilité.

Grâce à des jeux de rôle, les participants développent une meilleure compréhension des points de vue civils et militaires respectifs et, sur cette base, élaborent des instruments et des méthodes pour une interaction systématique entre les forces de sécurité et les acteurs civils afin d'instaurer la confiance et de parvenir à une vision commune de la situation.

(Durée : environ 2 heures)

Leçon 1

Objectif :

Transmettre des connaissances de base et une compréhension de la pertinence et de la nature de l'interaction et de la coopération civilo-militaire.

Méthodes :

Brève introduction théorique au sujet

Travail en groupe

Intégration d'expériences personnelles dans les relations respectives avec l'armée ou les organisations civiles, discussion

Matériel :

Présentation PPT, tableau à feuilles mobiles

Manuel CIMIC du CCOE (<https://www.cimic-coe.org/handbook-entries/welcome-to-the-cimic-handbook/>)

Attentes :

Les participants connaissent les principes de la coopération civilo-militaire. Sur la base de leur propre expérience, ils reconnaissent la pertinence de l'interaction civilo-militaire, connaissent les obstacles à une coopération potentielle et les méthodes permettant un échange d'informations systématique entre la population civile et les forces de sécurité.

Méthodologie :

Introduction avec travail en groupe :

formation de 2 à 3 groupes (chacun avec un représentant des forces de sécurité).

- Étape 1 : identification des acteurs pertinents dans les opérations de crise et de stabilisation, leur mandat. Quelles sont les conditions, les objectifs et les besoins qui caractérisent l'intervention des acteurs ?
- Étape 2 : Discussion sur les possibilités d'interaction entre les forces de sécurité et les acteurs civils.
- Étape 3 : identification des avantages et inconvénients potentiels de l'interaction et de la coopération entre les forces de sécurité et les acteurs civils (du point de vue des forces de sécurité et des acteurs civils respectivement).

Présentation des résultats du groupe sur des tableaux à feuilles mobiles. Après chaque étape, discussion des résultats avec le ou les autres groupes.

Ensuite, introduction théorique à la CIMIC. WL permet aux participants d'intégrer leurs propres expériences aux endroits appropriés et d'en discuter avec les autres participants (1 h).

Qu'est-ce que la coopération civilo-militaire ?

Le terme « coopération civilo-militaire » désigne la collaboration entre des organisations civiles étatiques ou non étatiques et les forces armées. En anglais, le terme « civil-military cooperation » (en abrégé : CIMIC) est utilisé dans différents contextes : dans le cadre des opérations de stabilisation de l'OTAN, on parle généralement de CIMIC, dans le cadre des opérations des Nations unies (en abrégé : ONU), on parle de UN-CIMIC et dans le cadre de l'aide humanitaire, on parle de UN-Civil-Military Coordination (en abrégé : UNCMCoord).

Niveaux d'interaction avec les acteurs non militaires

Les relations entre les acteurs militaires et non militaires sont façonnées et influencées par l'autonomie de chaque acteur et ne peuvent être comparées aux pouvoirs de commandement et de contrôle militaires. Les niveaux d'interaction vont de l'intégration à la coexistence :

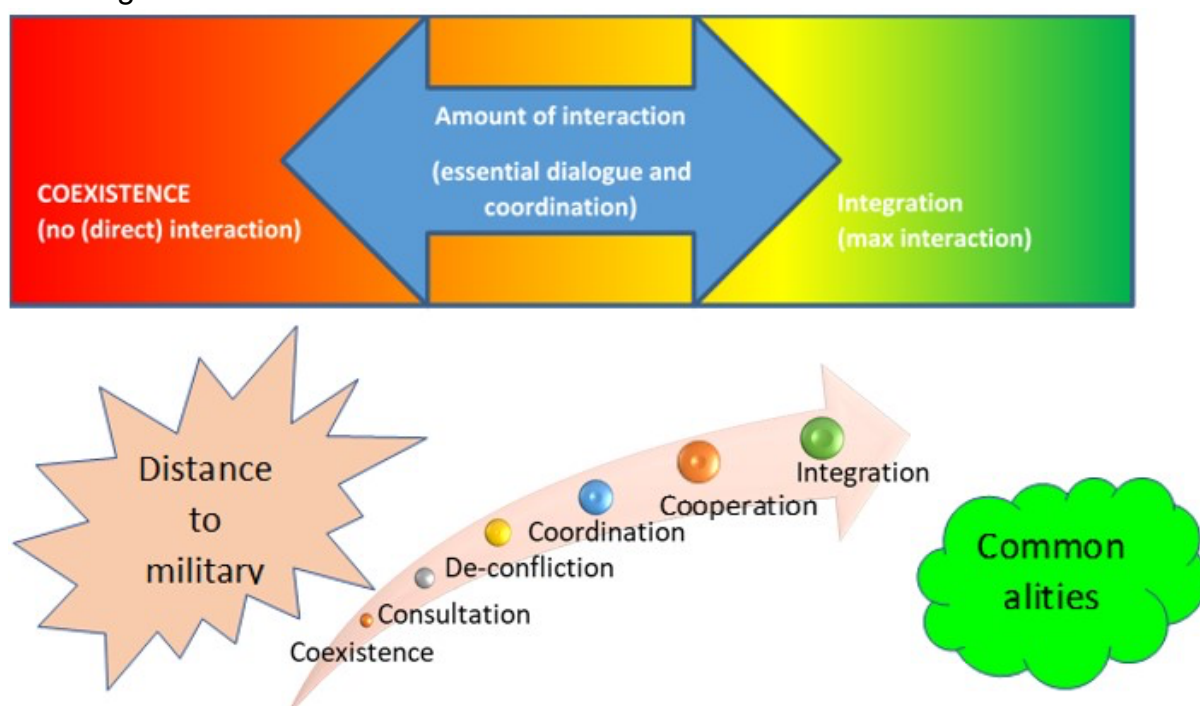


Figure 2.1.1 – Niveau d'interaction

L'intégration, qui représente le niveau le plus élevé de relation entre les organisations militaires et civiles, peut être décrite comme le processus de collaboration visant à atteindre un état final commun. L'intégration représente le degré maximal d'interaction entre deux acteurs, ce qui signifie qu'ils coopèrent pour planifier et mener des actions communes dans un espace d'action commun. Par exemple, les autorités civiles et militaires forment un état-major intégré afin de planifier et de synchroniser les activités militaires et non militaires. Exemple : intervention en cas de catastrophe, dans le cadre de laquelle les autorités civiles et militaires mènent conjointement l'opération au sein d'un état-major commun (généralement sous commandement civil).

La coopération est le processus d'action commune dans l'intérêt mutuel. Elle implique une coopération harmonieuse, une coexistence et une connexion entre les

acteurs. La coopération est un concept d'interaction dans lequel la planification et les activités sont menées conjointement et/ou dans un but de soutien mutuel. La coopération avec d'autres acteurs ne signifie pas que ceux-ci doivent renoncer à leur autorité et à leur autonomie ou se soumettre à l'autorité d'autres acteurs. Par exemple, lorsque des employés des services de protection civile et des militaires coopèrent dans le cadre d'une sorte d'accord de liaison et planifient conjointement une opération militaire et l'évacuation de civils dans le cadre d'un (ou deux) processus de planification.

La coordination est le processus par lequel les différents éléments d'une activité ou d'une organisation complexe sont mis en relation les uns avec les autres de manière efficace.

Des relations bien définies peuvent favoriser l'efficacité et réduire les frictions entre les parties prenantes. Les activités de coordination comprennent l'échange d'informations, la définition de stratégies et de mesures communes ainsi que l'harmonisation des activités individuelles. L'approche par clusters des Nations unies, qui rassemble des acteurs de différents domaines humanitaires afin qu'ils coordonnent leurs actions, est un exemple de coordination.

La réduction des conflits est le processus qui consiste à éviter les interférences indésirables entre les acteurs, en particulier lorsqu'ils exercent la même fonction ou occupent le même espace physique. Cela peut se faire par l'échange de liaisons ou en organisant des réunions si des conflits potentiels avec un acteur sont identifiés au cours du processus de planification.

La consultation consiste à solliciter l'avis ou les conseils d'autres acteurs, ce qui peut impliquer l'échange d'informations et des discussions.

La coexistence est l'état ou la condition d'exister au même moment ou au même endroit. Deux acteurs ou plus peuvent être conscients de la présence de l'autre, mais ils n'interagissent pas directement entre eux, car cela n'est pas nécessaire.

Activités principales de la CIMIC

La CIMIC comprend deux activités principales : l'intégration du facteur civil (CFI) et l'interaction civilo-militaire (CMI) afin de soutenir la réalisation des missions et des objectifs militaires.

Les activités principales de la CIMIC sont définies comme suit :

- La CFI comprend l'identification, l'analyse et l'évaluation des facteurs civils de l'environnement opérationnel afin de contribuer au processus décisionnel.
- La CMI est définie comme « les activités entre les instances militaires et
- acteurs non militaires visant à promouvoir la compréhension mutuelle, qui améliorent l'efficacité et l'efficience dans la gestion des crises ainsi que dans la prévention et le règlement des conflits ».

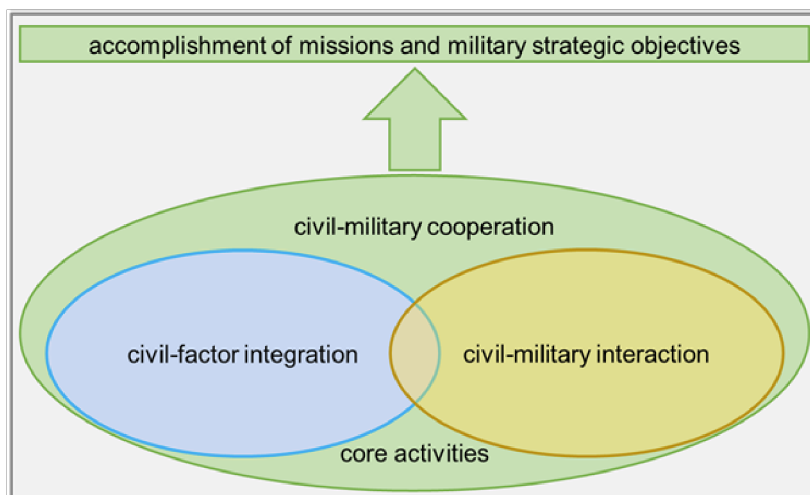


Figure 2.2. Activités dans le cadre de la coopération civilo-militaire

Interaction civilo-militaire

La CMI comprend les activités suivantes : sensibilisation, engagement avec des acteurs et des parties prenantes non militaires, liaison civilo-militaire, consultation et coopération avec des acteurs et des parties prenantes non militaires. Aucune de ces activités n'est isolée ; elles sont liées entre elles et représentent un certain degré d'interaction avec les acteurs.



Figure 2.3-CMI

Les activités de sensibilisation établissent la communication avec des individus, des organisations ou des communautés afin de créer des opportunités d'engagement et de contacts civilo-militaires.

Engagement avec des acteurs non militaires : cette activité désigne toute forme d'interaction (humaine) visant à transmettre des messages influents à l'appui des objectifs généraux de la campagne.

La consultation et la coopération avec les acteurs non militaires et les parties prenantes sont mises en œuvre afin de compléter les capacités militaires et non militaires et de synchroniser les activités.

Liaison civilo-militaire (civil military liaison)

La liaison civilo-militaire (liaison) vise à synchroniser les activités à tous les niveaux afin de garantir une utilisation efficace des ressources. Il s'agit d'une forme particulière de CMI qui nécessite une formation et un entraînement appropriés afin de pouvoir interagir de manière adéquate avec les acteurs non militaires.

Types de relations entre civils et militaires

- 1) Relations institutionnalisées et durables ;
- 2) Interaction pour la formation, l'entraînement, les exercices et l'évaluation ;
- 3) Liens dans le cadre d'opérations et d'activités.

Les accords de liaison civilo-militaire reposent sur un certain nombre de considérations, telles que le niveau d'interaction prévu ou convenu, la disponibilité des capacités et des moyens de liaison, l'environnement géographique et la situation en matière de sécurité, ainsi que les risques pour la sécurité auxquels sont exposés les acteurs non militaires lorsqu'ils sont perçus comme étant trop étroitement liés à l'armée.

- 1) Le regroupement des éléments d'état-major militaires et non militaires permet un niveau élevé d'interaction.
- 2) L'échange de personnel de liaison permet un échange d'informations et une coordination en temps quasi réel.
- 3) Les visites de liaison peuvent être planifiées régulièrement ou effectuées de manière ponctuelle.
- 4) Les mécanismes et les plateformes qui facilitent la liaison comprennent des réunions régulières, des mécanismes de coordination, des forums permanents ou temporaires, des plateformes, des comités ou des centres de coordination.
- 5) Des interlocuteurs tiers facilitent l'échange d'informations dans les cas où des considérations politiques ou de sécurité exigent une certaine distance ou une délimitation claire.

Travail de groupe final

À quoi pourrait et devrait ressembler une interaction systématique entre les forces de sécurité et les acteurs civils afin d'améliorer la sécurité et le développement en Casamance ?

(Durée : environ 30 minutes)

Questions test :

Question	Attentes	Points
Qu'est-ce que la coopération civilo-militaire ?	• Coopération entre des organisations civiles gouvernementales ou non gouvernementales et les forces armées • Opérations de stabilisation de l'OTAN : CIMIC • Opérations des Nations Unies : UN-CIMIC • Aide humanitaire : Coordination civilo-militaire des Nations Unies (en abrégé : UNCMCoord).	3 (plus si des explications sont demandées)
Quels sont les degrés d'interaction existants ?	• Intégration • Coordination • Coopération • Réduction des conflits • Consultation • Coexistence	3