

REACT

Guide pratique pour des activités pédagogiques contre les discours de haine et élaboration de contre-discours

INTRODUCTION	2
1^{ère} partie - Contre-discours pour déconstruire les discours de haine en ligne : définitions et expériences	3
1. Quelques définitions	3
Le discours de haine	3
Le contre-discours	4
2. Bonnes pratiques internationales de contre-discours	6
Les résultats des activités de recherche du projet REACT	6
Analyse d'une sélection d'actions de sensibilisation et d'éducation par les médias à l'école ou dans d'autres contextes et espaces de vie des jeunes	7
3. Travailler avec les jeunes pour créer un récit alternatif au discours de haine : la méthodologie expérimentale des ateliers du projet REACT	11
Structure, objectifs et résultats attendus	11
L'importance de produire un changement	12
Le rôle des jeunes lors de la diffusion de la campagne de communication	15
L'évaluation des éducateurs	20
CONCLUSIONS	23
Recommandations pour des interventions efficaces de contre-discours et de lutte contre les discours de haine	23
FICHES D'ACTIVITÉS	26
Activités pour déconstruire les stéréotypes et les préjugés	26
Activités pour lutter contre les discours de haine et les discriminations	36

INTRODUCTION

REACT, qui signifie « réagis » en anglais, est aussi l'acronyme de *Respect and Equality : Acting and Communicating Together* (*Respect et égalité : agir et communiquer ensemble*), c'est le titre du projet coordonné par l'association Arci, qui sert de cadre à ce guide pratique.

React (<http://www.reactnohate.eu/>) est un projet qui vise à lutter contre le phénomène d'incitation à la haine en ligne, grâce aux efforts conjoints de 12 associations issues de 5 pays européens différents (Italie, Espagne, Allemagne, France, Royaume-Uni), et co-financé par l'Union Européenne dans le cadre du programme « Droits, égalité et citoyenneté ».

Au terme d'une phase de suivi et d'analyse qualitative et quantitative des actes d'incitation à la haine en ligne et l'identification d'exemples efficaces de contre-discours, le projet prévoyait la réalisation de parcours éducatifs dans les écoles, pour des jeunes de 13 à 18 ans, dans le but de les faire participer à la création d'une campagne de contre-discours, en relevant un défi important : promouvoir le respect et l'égalité sur le web, guidés par l'idée qu'après avoir suivi le parcours éducatif proposé, ils deviendraient eux-mêmes des acteurs du changement, en intervenant sur les réseaux sociaux, afin de diffuser des messages positifs qui s'opposent aux messages hostiles, racistes et discriminatoires.

Les manifestations de haine, agressivité et racisme sont, en effet, toujours plus présentes sur internet, et les messages explicitement hostiles ou violents tendent à être normalisés ; mais il est vrai aussi que la toile représente, en même temps, un espace où développer ses « anticorps » contre ce phénomène. Au sein des réseaux sociaux, les personnes qui étaient auparavant de simples utilisateurs sont devenues aujourd'hui des producteurs de contenus, et, en tant que tels, susceptibles d'être éduqués, guidés vers la possibilité d'opter pour une narration et une lecture de la réalité alternatives à celle imprégnée par la haine.

Le contexte scolaire est extrêmement riche en potentialités : les parcours éducatifs proposés visent à développer une pensée critique, et à renforcer l'empathie, tout en développant la responsabilité de chacun et sa capacité à être protagoniste. Pour ce faire, il est essentiel que les destinataires soient impliqués activement grâce à une approche participative, qui les rend protagonistes créatifs des pratiques de contre-discours.

Le défi que les éducateurs doivent relever n'est absolument pas simple : guider les jeunes élèves en les aidant à construire leur propre réponse à la haine, à être acteurs du changement, à promouvoir des valeurs fondées sur la coopération, la responsabilité individuelle, la citoyenneté active, tout en s'opposant activement au processus d'acceptation sociale du racisme et de la haine.

Ce *guide pratique* a été créé pour aider ceux et celles qui décident de relever le défi. Il s'agit d'un petit guide pour organiser des ateliers dans les écoles, ou dans des contextes extra-scolaires, avec des groupes de jeunes, visant à les guider dans un parcours de prise de conscience au sujet des discours de haine, de leur diffusion, de leurs conséquences négatives, et pour comprendre comment agir concrètement et contribuer à réduire la diffusion de ces discours, et atténuer leurs effets néfastes grâce à la pratique du contre-discours.

La **première partie** présente les résultats obtenus, les recommandations, les bonnes pratiques et les stratégies en matière de contre-discours, que les analyses effectuées dans chaque pays ont mis en évidence, accompagnées d'exemples lorsque cela est possible, à partir de la définition de concepts clé.

La **deuxième partie** regroupe des fiches d'activités pratiques que l'on peut proposer aux jeunes élèves en classe, ou dans d'autres contextes de vie sociale.

1^{ère} partie - Contre-discours pour déconstruire les discours de haine en ligne : définitions et expériences

Les recherches conduites dans les cinq pays partenaires du projet REACT - Italie, France, Espagne, Allemagne et Royaume-Uni - ont identifié plusieurs initiatives et stratégies de contre-discours visant à déconstruire les discours de haine en ligne. L'enquête a été principalement menée en interviewant des représentants des institutions, des organisations de la société civile qui luttent contre le racisme, la xénophobie et les discours de haine, ainsi que des militants et des experts en matière de médias.

La notion de contre-discours est très vaste, comme nous le verrons plus tard, par conséquent, les initiatives et les stratégies identifiées dans les cinq pays sont très diversifiées, en allant des campagnes traditionnelles mises en œuvre par des acteurs institutionnels et des projets de l'Union Européenne, jusqu'aux initiatives mises en place grâce à une approche ascendante et participative par des militants des médias et de la société civile, en passant par des actions hors ligne, des actions des collectivités locales et des activités transnationales.

1. Quelques définitions

Le discours de haine

La définition du discours de haine, auquel on fait souvent référence en utilisant le terme anglais *hate speech*, est encore aujourd'hui matière à controverse, et les institutions et les experts en ont proposé plusieurs versions. La plus complète a été récemment introduite dans la *Recommandation de politique générale n°15 de la Commission européenne contre le racisme et l'intolérance du Conseil d'Europe (ECRI)* du 21 mars 2016 sur la lutte contre le discours de haine. Voici comment y est définie cette notion : « on entend le fait de prôner, de promouvoir ou d'encourager sous quelque forme que ce soit, le dénigrement, la haine ou la diffamation d'une personne ou d'un groupe de personnes ainsi que le harcèlement, l'injure, les stéréotypes négatifs, la stigmatisation ou la menace envers une personne ou un groupe de personnes et la justification de tous les types précédents d'expression au motif de la « race », de la couleur, de l'origine familiale, nationale ou ethnique, de l'âge, du handicap, de la langue, de la religion ou des convictions, du sexe, du genre, de l'identité de genre, de l'orientation sexuelle, d'autres caractéristiques personnelles ou de statut ».

Il s'agit toutefois d'une notion complexe qui mérite d'être approfondie. Les catégories suivantes ont été identifiées en essayant de définir les différents types de contenus et d'expressions pouvant être classifiées comme *hate speech*.

1. Le discours de haine explicite s'adressant à une catégorie spécifique de personnes définies au motif de leur appartenance à une ethnie, à leur genre, à leur culture, ou à leur religion, associé au fait d'encourager les discriminations ou la violence envers ces personnes. Cette forme de discours de haine est la plus explicite et peut facilement être traitée au niveau juridique.
2. Le discours qui généralise les préjugés envers une catégorie de personnes auxquelles des caractéristiques négatives sont attribuées, y compris les fausses affirmations visant à renforcer les préjugés, sans toutefois inciter à la violence.
3. Les insinuations déformées, également définies comme « discours de haine cachée ». On y fait recours par exemple, dans la narration d'une information ou en utilisant des faits historiques falsifiés, dans le seul but de prôner la haine.

4. Discours de haine non verbal : dessins, photographies, mèmes¹, photomontages... Ils peuvent tous être reliés aux catégories décrites ci-dessus.

Nombre de personnes interviewées ont souligné, de plus, le lien existant entre stéréotypisation et discours de haine, entre simplification de la complexité et le risque d'une perception altérée, et comment tout cela est exacerbé dans un contexte où la vitesse de diffusion de l'information ne permet pas d'en contrôler les contenus. En effet, les discours de haine en ligne ont quelques caractéristiques particulières :

- La présence permanente : la haine manifestée en ligne reste active pendant de très très longues périodes temporelles, et elle se propage à nouveau à chaque fois qu'une action d'autrui est effectuée à partir de la première manifestation de haine (un j'aime, un commentaire, un partage...) ;
- Le retour possible : les expressions de haine qui sont éliminées sur internet peuvent facilement réapparaître sous une forme différente ou un titre différent ;
- L'anonymat est probablement la caractéristique la plus importante du discours de haine en ligne : la possibilité d'agir sous couvert d'anonymat engendre chez les utilisateurs la sensation erronée de pouvoir éviter les conséquences, et facilite ainsi la diffusion du discours.

D'un pays à un autre, la situation est différente, mais on a enregistré une augmentation considérable des discours de haine, surtout en ligne, favorisés par l'omniprésence des nouveaux moyens de communication, de la vitesse des « rebonds », des possibilités d'anonymat et l'absence de contrôles adéquats. Sans tenir compte de la couleur et de l'orientation politique des gouvernements dans les différents pays, en Europe, le climat politique est actuellement caractérisé globalement par une forte propagande xénophobe et raciste, alimentée par les mouvements « souverainistes », populistes ou de droite, plus ou moins extrêmes, et par une hostilité profonde envers les étrangers.

En réponse à ce genre de tendance, les personnes interviewées dans tous les pays expriment largement l'exigence de mettre en place des initiatives de lutte et de sensibilisation à plusieurs niveaux : organisées par la société civile, par le monde des journalistes, de l'école et de la culture, ainsi que par les institutions.

Le contre-discours

Les institutions et les organisations de la société civile sont de plus en plus intéressées à la création et à la mise en œuvre d'un contre-discours, en tant qu'outil nécessaire pour lutter contre le racisme et les discours de haine. Certaines organisations travaillent dans cette direction depuis des années, même si ce terme n'est pas toujours utilisé de manière explicite.

Le **contre-discours** est décrit de plusieurs façons, mais toutes les définitions ont en commun l'aspect « réactif », c'est-à-dire, établies comme réponse à quelque chose ou en réaction à un événement ou à une narration. Le **discours alternatif** est un concept très proche du contre-discours, mais avec une nuance différente. Dans ce cas, il est fait référence à un discours, qui choisit, au lieu de s'opposer de manière réactive, de se détacher du discours dominant et de présenter une perspective différente sur un sujet au cœur des débats, ou d'aborder un sujet qui n'est habituellement pas traité par les médias traditionnels. En bref, un discours alternatif raconte une histoire différente par rapport à celle que les discours discriminatoires ou de haine proposent concernant des thématiques telles que la diversité, les migrations et l'interculturalité. Notre étude utilisera ces deux termes indistinctement, en faisant référence à l'aspect qu'ils ont en commun : l'intention d'éradiquer le récit principalement basé sur l'hostilité envers des catégories spécifiques de personnes.

Il est difficile de tracer une ligne précise pour indiquer ce que l'on veut dire exactement lorsqu'on parle de contre-discours ou de discours alternatif. Il s'agit de vastes concepts qui peuvent être appliqués à presque toutes les initiatives visant à lutter contre le racisme ou le discours de haine, et qui peuvent être divulgués à travers des médias différents, y compris les vidéos, les hashtags, les mèmes, les posts sur les réseaux sociaux, les articles sur les blogs ou dans les journaux et les revues en ligne et hors ligne.

Contre-discours et discours alternatif sont des termes généralement adoptés par différents acteurs, car ils ont une double fonction : celle visant à déconstruire les préjugés et la haine, et à corriger la mauvaise information, et celle visant

¹ Un mème Internet est une idée ou un concept simple, propagé à travers le web, voir Wikipedia : https://fr.wikipedia.org/wiki/Mème_Internet

à convaincre les lecteurs et les utilisateurs des médias en ligne à tenir compte de plusieurs points de vue, perspectives et expériences.

Recourir à un contre-discours signifie avoir l'ambition de répondre à une narration, si ce n'est même de la modifier, qui est de plus en plus présente dans le contexte européen, en donnant des informations exactes, en divulguant de nouvelles perspectives, en déconstruisant les préjugés et les stéréotypes, en proposant des contre-argumentations, et en offrant aux groupes minoritaires l'opportunité de s'exprimer.

2. Bonnes pratiques internationales de contre-discours

Les résultats des activités de recherche du projet REACT

Nous présenterons ci-après les bonnes pratiques et les stratégies mises en œuvre dans les cinq pays partenaires du projet REACT concernant la thématique de ce guide pratique : travailler avec les jeunes pour développer un contre-discours. Les cinq rapports nationaux sont disponibles sur internet à l'adresse suivante : <http://www.reactnohate.eu/resources/project-research-reports/>.

En général, les personnes interviewées ont souvent indiqué la formation spécifique des enfants et des adolescents, dès leur plus jeune âge comme une outil essentiel pour lutter contre le discours de haine et pour développer la capacité, de plus en plus fondamentale, de savoir faire la différence entre les *fake news* (infox) et les informations fiables.

Certains interviewés, surtout ceux qui travaillent dans le domaine des médias, ont souligné l'importance, en ce sens, de l'éducation des personnes en général et des professionnels de la communication en matière de non-diffusion de tout ce qui peut être considéré comme un discours de haine ou une fausse nouvelle. Le succès des contenus publiés sur la toile est mesuré de fait par le nombre de vues, de *likes* (j'aime) enregistrés et de partages effectués. Cela signifie qu'une typologie de « post » spécifique pourrait être diffusée non seulement de façon intentionnelle, mais aussi par hasard, ou même, en tentant de signaler ou de critiquer ce « post ». Il est par conséquent extrêmement important de créer des mécanismes internes d'alerte, tels que faire une pause et réfléchir avant de partager quelque chose sur les réseaux sociaux, vérifier les sources de ce qui a été publié, démonter éventuellement une nouvelle incorrecte, dont les sources sont inconnues ou suspectes, à l'aide d'informations provenant de sources vérifiées. Pour ce faire, les utilisateurs doivent, toutefois, disposer des outils nécessaires à identifier et à déconstruire les fausses nouvelles, ou celles qui peuvent être considérées comme des discours de haine.

La recherche effectuée en France dans le cadre du projet REACT démontre que les écoles sont les lieux les mieux adaptés pour lutter contre le phénomène des discours de haine en ligne. Les différents interlocuteurs qui ont été contactés convergent vers une proposition commune, celle de créer un programme scolaire spécifique sur internet et ses applications, y compris leur utilisation visant à diffuser des messages de haine. Le Ministère de l'Éducation Nationale a d'ailleurs déjà programmé des études en matière de diffusion des informations par le biais de réseaux informatiques. Objectif : éduquer les élèves à adopter une attitude de « recul critique » envers les contenus qu'ils visualisent sur internet, afin de développer en eux leur potentiel de discernement, en leur offrant les moyens de savoir écouter, regarder ou lire en prenant du recul. En même temps, le Ministère a défini des cursus d'études ad hoc en matière d'éthique et d'éducation civique. Mais il s'agit de cursus assez récents, qui n'ont pas encore été complètement mis en place et aucun programme de formation pour les enseignants n'a encore été défini.

En général, on ressent la nécessité d'une véritable innovation concernant les outils à utiliser : les matériels audiovisuels (courtes vidéos, mèmes, infographies) devraient être privilégiés, car ils sont particulièrement adaptés afin de transmettre les messages plus facilement sur différents réseaux sociaux. Plus ces matériels sont simples et immédiats, plus ils réussiront à atteindre les groupes cible des générations les plus jeunes. La brièveté est également un facteur important : une vidéo qui dure de 1 à 2 minutes est parfaite pour être transmise rapidement sur les réseaux sociaux.

Autres facteurs déterminants pour que les nombreuses campagnes en ligne soient réussies : savoir se mettre à jour en matière de nouveaux formats numériques et communiquer avec des destinataires de plus en plus jeunes. En ce sens, il faut savoir aussi impliquer les jeunes pour qu'ils participent en tant que producteurs, en leur donnant amplement de la visibilité. Par exemple, les vidéos réalisées dans une réalité virtuelle par Sos Racisme Catalunya se sont révélées très utiles pour lutter contre l'islamophobie, ainsi que les gifs de réaction, réalisées par une station radio, comme l'indique le rapport allemand, pour aider les modérateurs de la section « commentaires » du site web de la radio à calmer les esprits, si besoin est.

Plusieurs interviews ont souligné un autre aspect essentiel du contre-discours, c'est-à-dire, sa capacité à encourager la participation active de ceux que l'on définit généralement comme la « majorité silencieuse », en les incitant à ne pas se limiter à partager les initiatives. La recherche italienne en particulier souligne l'importance de tenir compte de cet objectif dès le début de la création d'une campagne, de la sélection des contenus à la définition de la stratégie de communication, jusqu'au choix de la plateforme et des moyens à utiliser en fonction du groupe cible.

Pour ce qui est des contenus et des valeurs à transmettre, ce que l'on appelle « approche humanitaire », qui consiste à s'adresser directement aux personnes en tant qu'êtres humains, qui, en tant que tels, sont porteurs des mêmes droits, est une approche très souvent proposée par les acteurs institutionnels (comme en Espagne, par exemple), parfaitement en accord avec ce que les lignes directrices « We Can... » du Conseil d'Europe établissent. D'autres personnes interviewées ont proposé de faire appel aux émotions positives des gens pour répéter le concept d'êtres humains

« unis », en parfait contraste avec la narration de haine classique prônant l'idée du « nous contre eux ». D'autres encore, principalement dans la recherche italienne, considèrent l'identification des faits objectifs, documentés et vérifiables, comme étant le point de départ de toute activité de contre-discours visant à déconstruire les messages de haine.

Un des aspects les plus importants du contre-discours au Royaume-Uni est le fait de corriger la désinformation, en se concentrant sur les réponses à donner face au discours de haine, grâce à des faits et à des images qui s'opposent directement à la désinformation. En même temps, certains interviewés ont toutefois mis en évidence le fait que l'utilisation de données précises pourrait, dans certains cas, contribuer à une polarisation des positions. En effet, quel que soit le ton du message, il est fondamental d'éviter d'engendrer une narration qui soit discriminatoire elle aussi, par exemple, en tombant dans le piège d'utiliser « pour bien faire » les mécanismes typiques des discours de haine, tels que le langage discriminatoire, la généralisation ou faire référence à des catégories précises comme des « boucs émissaires ».

Les cinq recherches effectuées au niveau national donnent une conclusion commune : présenter uniquement des faits et des statistiques a une efficacité limitée. Les études de cas, la narration à la première personne, et les histoires vraies sont des outils de contre-discours ou de discours alternatif beaucoup plus efficaces.

Analyse d'une sélection d'actions de sensibilisation et d'éducation par les médias à l'école ou dans d'autres contextes et espaces de vie des jeunes

Nous présenterons ci-après une sélection d'expériences de sensibilisation et d'éducation par les médias réalisées à l'école ou dans d'autres contextes et espaces de vie des jeunes, dans les cinq pays partenaires du projet. Ces expériences ont été définies comme de bonnes pratiques selon le critère de « transférabilité du modèle » : les solutions d'organisation mises en place ont été analysées en faisant particulièrement attention aux éléments « du succès » d'une initiative, pouvant être plus ou moins intégralement exportés et reproduits avec la même efficacité. L'objectif était en fait d'identifier des expériences et des pratiques pouvant représenter un modèle d'inspiration pour les acteurs d'autres pays, qui se trouvent face à des problématiques semblables, et qui peuvent ainsi adopter des approches méthodologiques déjà testées dans des contextes analogues.

Dans chaque pays, nous avons sélectionné et analysé les initiatives de contre-discours caractérisées par leur efficacité, leur innovation et leur originalité :

- **Italie.** Le projet **BRICKS** de COSPE a pour but de réaliser des produits utiles, efficaces et éclectiques pour les jeunes ; un module de formation a été créé, s'adressant aux enseignants et aux éducateurs, conçu comme un « outil pratique » pour réaliser en classe une activité de lutte contre le discours de haine.
Dans le projet **Underadio** de Save the Children Italie, une web radio gérée par des jeunes traite des sujets qui leur sont proches, le principe de base étant la participation des jeunes, « transparente, informée, significative, bénévole, respectueuse, inclusive, soutenue par la formation des adultes, sûre, consciente du risque et responsable ». La promotion du rôle actif des jeunes dans la prévention et la lutte contre la xénophobie et le racisme en ligne est au cœur de ce projet.
L'originalité du projet **Chroniques du racisme ordinaire** est le fait d'avoir créé une base de données en ligne, complète et accessible, des cas de racisme et de violences racistes ; un outil unique vu le manque d'autres sites et d'organisations chargés de suivre attentivement ce type d'épisodes du point de vue qualitatif.
Enfin, l'initiative **Task Force Hate Speech** d'Amnesty International Italie est un projet à la « portée de tout le monde », car le suivi effectué n'a besoin que d'une plateforme électronique (un smartphone ou un ordinateur) pour être activé à n'importe quel moment, et chaque militant intervient en fonction du temps qu'il/elle a à disposition.
- **Espagne.** La vidéo « Change your skin » (Changez de peau), réalisée par l'ONG SOS Racisme Catalunya, est tout à fait novatrice car elle se sert de la réalité virtuelle pour faire vivre l'expérience de l'islamophobie.
La stratégie de communication choisie par la Fundacion Secretariado Gitano est l'humour, à la base de « Payo today », un « faux » journal distribué à tous les journalistes, où des nouvelles sur des personnes connues « non Rom » sont publiées, en utilisant des termes péjoratifs qui s'utilisent normalement en se référant aux communautés Rom.
Enfin, le projet Proxi insiste sur la nécessité de s'adresser aux jeunes en utilisant leur langage, composé d'images, de courtes vidéos, de mèmes et d'humour, auxquels on fait recours pour éveiller des émotions positives et stimuler l'empathie.

- **Allemagne.** Le projet Debate//de:hate de la Fondation Amadeu Antonio promeut l'utilisation de méthodologies efficaces et incisives, et propose des ateliers dans les écoles fondés sur une méthode éducative basée sur l'information et la sensibilisation d'une part, et de l'autre, sur la capacité à réagir. Grâce aux ateliers, les adolescents reçoivent d'abord des informations, puis des outils pour savoir réagir face à des épisodes de discours de haine.
Les stratégies de communication incisives sont également à la base de #nichtegal (YouTube/Creators4Change), qui fait participer chaque année des Youtubers célèbres comme « modèles » ou « égéries ».
Réunir des personnes issues de secteurs différents dans un seul réseau, afin de créer des synergies et d'encourager l'échange réciproque, représente le cœur de l'activité du mouvement No Hate Speech, un réseau composé de nombreux partenaires travaillant dans le domaine de la politique, des médias, des organisations humanitaires, et des initiatives antiracistes et anti-discriminatoires sous la direction de « New German Media Pundits ». Le No Hate Speech Movement réalise également de courtes vidéos et des clips amusants, avec une teneur élevée d'informations, pour sensibiliser contre le racisme. Créer des mouvements de la base (Grass-root movement) impliquant des bénévoles, voici le défi de « Ich bin hier.V. » (#ichbinhier).
- **Royaume-Uni.** Pour Black Training and Enterprise Group, qui s'auto-définit « organisation tournée vers le futur », la mise en valeur de la diversité est l'élément novateur principal. Selon cette organisation, qui promeut des projets pour les jeunes appartenant à des minorités ethniques (BAME-Black, Asian, and Minority Ethnic - populations noires, asiatiques et minorités ethniques) au Royaume-Uni, âgés de 11 à 30 ans, la mise en valeur de la diversité consiste à développer le talent des personnes ayant une histoire, des expériences et des points de vue différents, tout en reconnaissant leurs capacités individuelles, et uniques en quelque sorte. Le projet Runnymede Trust est caractérisé par sa capacité à activer un vaste réseau d'acteurs.

Nous illustrerons ci-après des expériences qui nous semblent les plus complètes et significatives parmi les expériences réalisées dans un contexte scolaire et juvénile.

1. BRICK - Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech – COSPE²

Parmi les diverses actions de sensibilisation et d'éducation aux médias qui ont été analysées, le projet italien de l'ONG COSPE, appelé « BRICK - Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech » (Développer le respect sur internet en luttant contre le discours de haine) (2014-2016) est particulièrement intéressant. Leur objectif est la lutte contre la propagation par internet des discours d'incitation à la haine contre les migrants et les membres de communautés minoritaires grâce à l'éducation multimédias et à la participation active des utilisateurs et des producteurs de contenus pour le Web. Le projet est financé par le programme européen sur « les Droits fondamentaux et la Citoyenneté » (Fundamental Rights and Citizenship), et il a été réalisé en Italie, en Belgique, en Allemagne et en République Tchèque. Parmi les activités principales et les résultats obtenus, citons la première étude italienne sur le journalisme, l'immigration et le discours de haine « L'odio non è un'opinione » (La haine n'est pas une opinion) ; une étude européenne et un manuel pour Social Media Manager (responsable de réseaux sociaux) « Comment prévenir et éradiquer la haine en ligne » ; un programme de formation sur le discours de haine et l'éducation aux médias s'adressant aux écoles, qui comprend des unités pédagogiques (kit multimédia)³ ; un parcours expérimental d'ateliers dans les collèges et les lycées et pour les journalistes, qui permet aux personnes inscrites à l'association d'obtenir des crédits de formation (perfectionnement professionnel).

En particulier, le module de formation pour les enseignants et les éducateurs a eu du succès en tant qu'outil de contre-discours, et il a été traduit et utilisé par d'autres acteurs également. Une nouvelle édition était en phase de réalisation lorsque notre analyse a été effectuée.

Points forts principaux

- **Différencier les destinataires des actions mises en œuvre et programmer des activités ciblées pour chaque groupe, en agissant sur plusieurs fronts à l'aide d'outils et de messages différents.**
- **Unir le monde hors ligne et en ligne. Par exemple, en plus de la campagne en ligne, les résultats du projet**

² <https://www.bricks-project.eu/>

³ https://www.cospe.org/wp-content/uploads/2016/09/Modulo_bricks.pdf

ont été présentés dans le cadre d'initiatives à plus large portée, concernant des domaines thématiques qui ne s'occupent pas exclusivement de discours de haine, et ce, pour atteindre un public diversifié.

- Interagir et faire intervenir des professionnels de la formation ayant des compétences différentes (juristes, experts de e-marketing, éducateurs, militants, ...) pour analyser le phénomène selon différents points de vue.
- Travailler simultanément avec les producteurs de l'information (en particulier en ligne), ainsi qu'avec les écoles, en essayant d'exploiter les potentialités des réseaux sociaux, sans les considérer uniquement comme une source de danger.

2. Debate//de:hate - Fondation Amadeu Antonio

L'initiative réalisée en Allemagne avec le projet Debate//de:hate de la Fondation Amadeu Antonio démontre l'importance d'unir les interventions hors ligne et en ligne. Le projet s'engage à faire connaître la culture du débat démocratique, et se base sur deux éléments principaux : d'une part, le « Debate » (Débat), adressé aux adolescents, aux enseignants et aux spécialistes socio-éducatifs, visant à fournir, au cours d'ateliers spécifiques, les meilleurs outils et la meilleure méthodologie pour gérer des épisodes de discours de haine, et transmettre une culture démocratique du débat. Et d'autre part, au contraire, le « de:hate », visant à aborder le sujet d'un point de vue plus théorique, selon les résultats d'un suivi continu : l'équipe développe et teste des contre-mesures pour lutter contre l'incitation à la haine, en collaboration avec des acteurs publics et des opérateurs des réseaux sociaux, à travers ce qu'ils ont défini *digital streetwork*, c'est-à-dire, le « travail de rue » numérique. Le premier niveau de prévention agit donc sur la société civile (en particulier sur les jeunes) hors ligne, tandis que le deuxième niveau de prévention est en ligne.

Points forts principaux

- Combinaison d'éléments en ligne et hors ligne. La Fondation Antonio Amadeu vise principalement à fournir les compétences nécessaires à la société civile, en ligne et hors ligne, grâce à une information continue sur internet et via les médias traditionnels.
- Réseautage. La Fondation Antonio Amadeu est membre de nombreux réseaux d'échanges professionnels, et elle est aussi co-fondatrice de l'initiative « Facebook's Online Civil Courage » (Le courage civique en ligne de Facebook).
- Analyse. Le projet se concentre sur la compréhension des origines et des causes des discours de haine (culture publique et débats politiques transmis par les médias).
- Reconnaissance et crédibilité. La réussite du projet est également mesurée par son niveau d'acceptation sur les réseaux sociaux, par les demandes présentées par la presse, par des clubs, des plateformes, la politique et des publications.

3. Underadio - Save the Children Italie

Un autre projet significatif qui s'adresse aux jeunes et qui est réalisé par les jeunes, c'est **Underadio** de **Save the Children Italie**, une web radio fondée en 2011 pour faire entendre la voix des jeunes à propos de la lutte contre toute forme de discrimination. En particulier, le projet a pour but de faire participer les jeunes à des actions de sensibilisation, d'information et de communication, en utilisant les nouvelles technologies numériques (web radio et baladodiffusion) pour promouvoir la défense des droits, favoriser l'intégration, lutter contre les phénomènes de discrimination et d'intolérance dans des contextes scolaires et extra-scolaires. 1 500 élèves de collège et de lycée ont participé au programme du projet dans trois villes (Turin, Rome et Naples), au total, 36 écoles, et pendant l'année scolaire 2017-2018, 3 autres écoles ont rejoint le projet (dans les provinces de Macerata et Ascoli Piceno). Les jeunes élèves ont fait une expérience de travail de rédaction de journaliste radio en contribuant à la conception du programme des émissions radio, et en proposant des événements de sensibilisation avec le soutien d'une équipe d'adultes. Le contexte de référence est l'école, au sein de laquelle des ateliers sont réalisés, ainsi que des activités de sensibilisation (y compris la formation des enseignants), mais les activités vont au-delà de l'école, dans un contexte extra-scolaire. La méthodologie du projet se base sur la participation significative des jeunes (« transparente, informée, importante, bénévole,

respectueuse, inclusive, soutenue par la formation des adultes, sûre, sensible et responsable »). En 2018, à l'occasion du 21 mars, un marathon radio sur le discours de haine a été organisé, accompagné d'une campagne sur les réseaux sociaux complètement réalisée par les jeunes, dont le titre était **#oltrelodio (#audelàdelahaine)**.

Points forts principaux

- **Capacité de se mettre dans la peau des jeunes et commencer par eux : les promoteurs de la radio sont les jeunes, la campagne #oltrelodio a été complètement conçue et développée avec eux.**
- **Excellent rapport coûts-bénéfices : les coûts du projet sont limités par rapport au nombre de destinataires directs et indirects qu'il compte. L'initiative ne dépend d'ailleurs pas de financements externes.**
- **Utilisation / activation de compétences transversales et spécifiques. Grâce à cette expérience de web radio, les jeunes acquièrent des compétences professionnelles dans le domaine du journalisme et de la communication / rédaction en général.**
- **Puissance et efficacité de la rédaction radio en tant que conteneur et catalyseur éducatif.**

4. Black Training and Enterprise Group (BTEG)

Enfin, citons également parmi les initiatives analysées et s'adressant aux jeunes, celles promues par la **Black Training and Enterprise Group (BTEG)**, une organisation de bienfaisance engagée dans la réalisation d'actions sociales pour les jeunes de 20 à 30 ans, « *de couleur, asiatiques ou appartenant à des minorités ethniques* » (BAME). Il s'agit d'une organisation sociale qui soutient un réseau de plus de 1 200 groupes de bénévoles et des associations communautaires en Angleterre. La BTEG offre des programmes d'éducation pour les jeunes, et s'engage à élaborer des politiques de développement social au niveau national, et à mener des activités de recherche. Elle collabore avec d'autres organisations pour lutter contre les discriminations raciales, et elle s'est distinguée en tant qu'interlocuteur important, en raison des thématiques liées aux **populations noires, asiatiques et minorités ethniques** (BAME - *Black, Asian, and Minority Ethnic*) et au système de justice pénale (CJS). Parmi les projets novateurs, l'organisation a mis en évidence **Routes2Success**, une initiative réalisée dans une communauté à Londres, qui se base sur l'utilisation du « role model », c'est-à-dire qu'on y emploie les bénévoles qui ont eu « du succès » et ayant des formations culturelles et des nationalités différentes (Afrique, Caraïbes, Asie, monde arabe) pour qu'ils puissent inspirer les jeunes de 11 à 25 ans de minorités ethniques, en les guidant vers le succès dans le domaine de l'éducation, du travail et de l'entrepreneuriat⁴.

Points forts principaux

- **Focalisation sur le talent. Les inégalités raciales étouffent bien souvent le talent de nombreux « jeunes BAME » ; l'organisation fournit aux personnes les outils nécessaires pour réussir dans leur vie : ressources, technologie et assistance.**
- **L'autodétermination : l'organisation vise à motiver et à inspirer les individus pour qu'ils agissent selon leurs propres idées et pour qu'ils développent leur potentiel.**
- **La capacité de mettre en valeur la diversité.**

Les outils de travail présentés dans la 2^{ème} partie, ainsi que la structure des ateliers expérimentaux mis en place dans les cinq pays partenaires du projet REACT, se basent en grande partie sur les éléments mis en évidence par l'étude transnationale.

4 <http://bit.ly/1kmk2kH>

3. Travailler avec les jeunes pour créer un récit alternatif au discours de haine : la méthodologie expérimentale des ateliers du projet REACT

Les jeunes représentent un public essentiel de l'utilisation des réseaux sociaux : ils se servent quotidiennement des smartphones, ils communiquent par messages, vidéos et images, mais surtout, ils représentent l'avenir. Leur faire prendre conscience aujourd'hui de ce sujet, et leur fournir les outils nécessaires à identifier et à transformer le discours de haine équivaut à investir sur une future population adulte sensibilisée. C'est pourquoi, le projet REACT a choisi de travailler avec les jeunes dans cinq pays européens pour créer des projets audiovisuels.

Structure, objectifs et résultats attendus

Dans le cadre du projet REACT, 29 ateliers ont été réalisés dans 29 villes situées dans les 5 pays partenaires du projet, et quasiment 720 élèves de 14 à 18 ans y ont pris part.

Chaque atelier prévoyait 5 ou 6 rencontres d'environ deux heures dans les classes, réalisées durant une période d'environ deux mois, ce qui fait en tout environ 106 rencontres.

Cette structure répond à l'exigence de laisser les participants assimiler et laisser décanter ce qu'ils font avec les éducateurs d'une rencontre à l'autre, en tenant compte des exigences des cursus scolaires de chaque classe, car cela aurait été impossible d'accorder plus de temps aux activités du projet. Adopter une approche de participation, basée sur l'apprentissage par la pratique et sur des pratiques d'identification, est un travail de longue haleine. Il semble toutefois impossible en général de pouvoir obtenir un nombre supérieur de rendez-vous dans le cadre des horaires scolaires. Les rencontres ont donc été fixées de façon à donner aux jeunes l'occasion, entre deux rencontres, de réfléchir et de parler avec leurs enseignants des émotions ressenties pendant l'atelier précédent, d'approfondir par des lectures personnelles, de faire de la place en soi pour assimiler ce qu'ils ont appris, et éventuellement pouvoir en rediscuter avec l'éducateur/éducatrice lors de la rencontre suivante.

Les rencontres ont été divisées en deux phases : la première phase visait à faire réfléchir aux conséquences possibles des préjugés et des messages violents et agressifs en ligne ; la seconde phase s'est concentrée sur la création d'une campagne de contre-discours avec les jeunes élèves.

Les **objectifs pédagogiques** que nous nous sommes fixés pour organiser les ateliers sont les suivants :

- Éduquer à la pensée critique, guider les élèves dans leur prise de conscience concernant ce que l'on prend pour acquis, mais qui se révèle ensuite partiel ou faux ;
- Guider les élèves pour qu'ils se rendent compte de la façon dont les contenus - en particulier les contenus partiels, faux et discriminatoires ou même agressifs et imprégnés de haine - sont transmis par les médias, et en particulier les réseaux sociaux, et des risques sociaux ainsi engendrés ;
- Définir avec les jeunes participants des manières de s'opposer à la diffusion de la haine, et transmettre au contraire des contenus ayant des connotations opposées, qui bâtissent et propagent une culture d'ouverture, de dialogue, de tolérance et de respect ;
- Mettre en pratique les connaissances acquises pendant le parcours suivi, en réalisant une vidéo de contre-discours.

Les **résultats attendus** des ateliers, symétriques par rapport aux objectifs fixés, sont ainsi synthétisés :

- Les participants comprennent le sens des stéréotypes et des préjugés ;
- Les participants savent reconnaître de nombreux stéréotypes et préjugés en tant que tels ;
- Les participants connaissent les causes et l'origine de certains stéréotypes et préjugés ;
- Les participants comprennent comment internet et les réseaux sociaux sont utilisés individuellement ou en groupe pour propager de manière intentionnelle la haine en ligne ;
- Les participants apprennent des stratégies efficaces pour lutter contre la diffusion de la haine en ligne ;
- Les participants comprennent ce qu'est le contre-discours et ils apprennent des formes possibles de contre-discours qu'ils expérimentent.

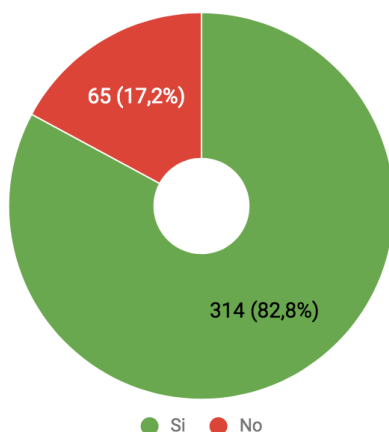
L'importance de produire un changement

Pour comprendre quelles sont les retombées positives engendrées par les activités de formation pour les bénéficiaires directs (les jeunes) et pour les éducateurs des organisations partenaires qui ont réalisé les ateliers, le projet REACT a été accompagné par une activité d'évaluation d'impact.

Afin de recueillir des éléments prouvant les retombées engendrées, des outils pour obtenir des renseignements clé (appréciation, opinions, connaissances acquises), tels que des formulaires et des questionnaires, ont été définis et proposés aux jeunes participants, ainsi qu'aux éducateurs, qui les ont remplis pendant les ateliers. Pour que cette tâche soit plus facile et intuitive pour les jeunes, les formulaires des questionnaires ont été créés sur une plateforme spécialisée, en mode mobile, de façon à enregistrer directement leurs réponses/opinions à partir de leur téléphone portable. Lorsque les questionnaires n'ont pu être remplis sur internet (par exemple, en cas de politiques scolaires qui interdisent l'utilisation des portables en classe), les éducateurs ont distribué une version papier des questionnaires.

Lors de la première rencontre, les jeunes ont effectué un test d'entrée pour évaluer leur niveau d'éducation aux médias et surtout leurs connaissances en matière de haine en ligne et de stratégies de lutte contre ce phénomène à mettre en œuvre. Au début des activités, nombre de jeunes déclarent être conscients du fait qu'il y a des manifestations de haine en ligne.

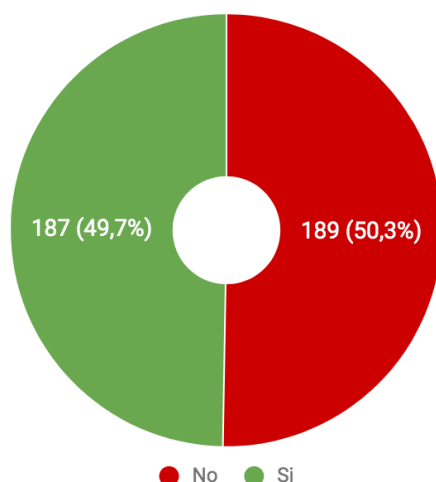
I recognize that in some websites/online spaces there may be manifestations of hatred. (Green= yes red= no)



Je suis conscient(e) qu'il peut y avoir des manifestations de haine sur certains sites web/cyberespaces. (Vert= oui Rouge= non)

Ils ne sont toutefois pas aussi conscients du fait que l'on peut agir pour lutter contre les phénomènes de haine : selon les résultats du test, 50% des élèves affirme ne pas savoir ce qu'est un contre-discours et comment contribuer personnellement. Cette information obtenue durant la phase initiale, nous a convaincu encore plus à intervenir dans les classes, non seulement en analysant le phénomène de la discrimination en ligne, mais également en fournissant des outils pour pouvoir agir et réagir à la première personne.

I know what a counter-narrative is and I can give my contribution to a counter-narrative campaign.(green= yes red= no)



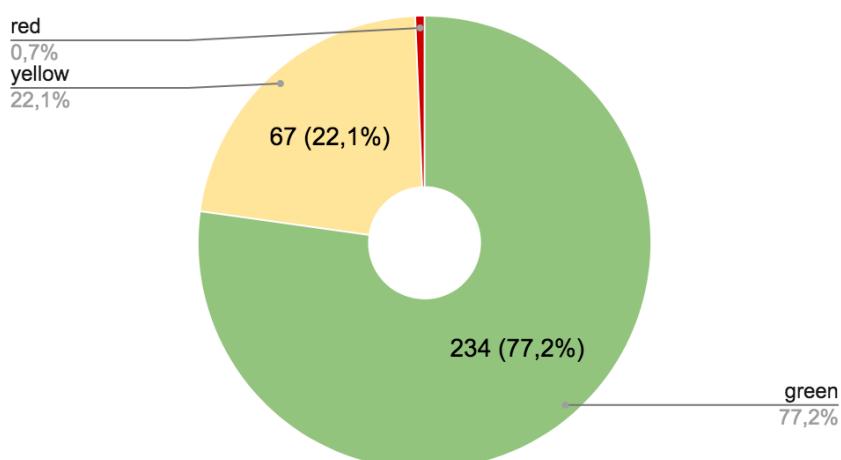
Je sais ce qu'est un contre-discours et comment contribuer à une campagne de contre-discours. (Vert= oui Rouge= non)

Au terme des ateliers, un questionnaire d'appréciation a été distribué aux jeunes participants⁵ afin de comprendre si ce qu'ils ont appris a répondu effectivement à leurs attentes, et savoir en particulier quels aspects ont été les plus intéressants pour eux. Le questionnaire prévoyait un type de réponse (anonyme) très simple pour qu'il soit plus facile à remplir : des questions fermées (sauf les deux dernières) et à choix multiples, codifiées à l'aide du symbole du feu rouge :

Vert : oui/positif
Jaune : je ne sais pas/moyen
Rouge : non/négatif

La première question concernait le niveau de satisfaction dans son ensemble par rapport au parcours suivi, et les données recueillies confirment un niveau élevé d'avis positifs : plus de 77% des personnes interrogées a exprimé un jugement positif (vert), et si on y ajoute le pourcentage de celles qui ont exprimé un jugement moyen, on atteint la quasi-totalité des jeunes (0,7% seulement a exprimé un jugement négatif).

Overall, are you satisfied with your experience in this workshop?

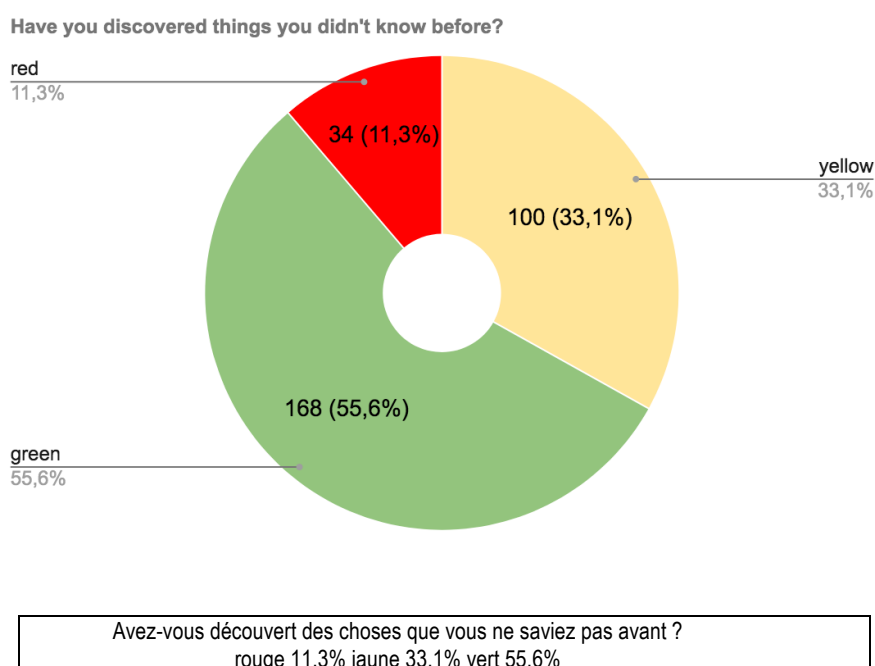


Globalement, êtes-vous satisfait de votre expérience durant cet atelier ?
rouge 0,7% jaune 22,1% vert 77,2%

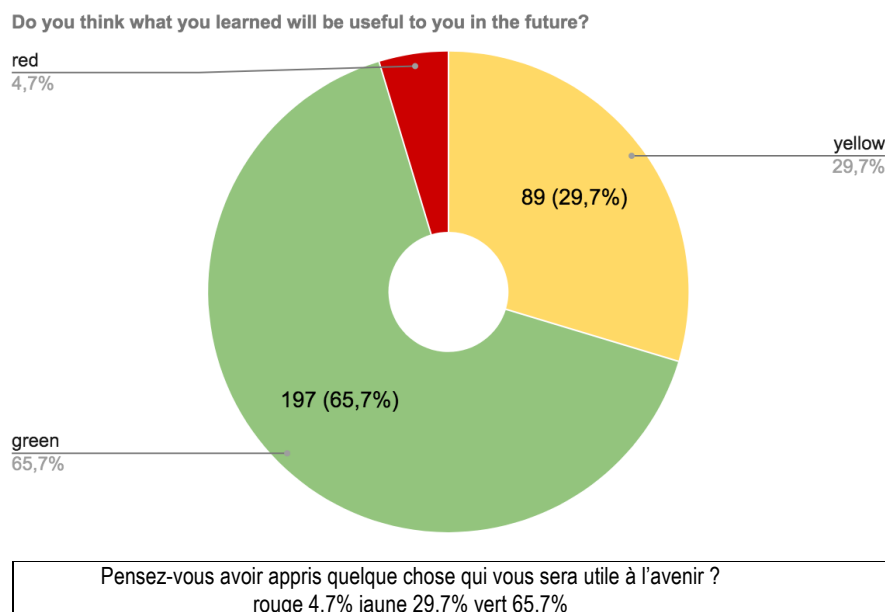
⁵ Dans l'ensemble, 303 questionnaires d'appréciation ont été remplis sur un total de 720 participants, équivalant à 42%.

Dans l'ensemble, plus de la moitié des jeunes a déclaré avoir découvert des choses qu'il/elle ne savait pas auparavant, grâce aux ateliers ; il s'agit d'une donnée assez importante du point de vue de « l'alphabétisation médiatique » évaluée au départ, ainsi que par rapport au fait que malgré l'utilisation quotidienne d'Internet et les capacités excellentes que les adolescents ont pour se servir des médias sociaux, il y a encore de nombreux aspects peu connus chez les jeunes utilisateurs, et qu'il est donc possible d'investir encore dans l'éducation aux médias et dans les méthodologies visant la participation des jeunes pour interpréter et analyser d'un œil critique ce qu'ils trouvent en ligne.

Ce que les intervenants ont raconté, nous a aidé à comprendre quels ont été les sujets et les méthodes que les jeunes ont découvert avec intérêt ; de plus, les réponses aux questions ouvertes du questionnaire font aisément comprendre que la **production de la vidéo** a été l'élément que les jeunes participants ont le plus apprécié ; cela confirme notre choix stratégique de miser sur une formation expérimentale, qui puisse, en transmettant aux participants des contenus par le biais d'un travail de collaboration, faire en sorte, en fin de compte, que le groupe s'identifie à un produit de communication conçu, réalisé et diffusé grâce à eux. Autre élément cité plusieurs fois, c'est la possibilité de **travailler en groupe**, non seulement durant la production de la vidéo, mais également pendant la phase précédente d'analyse des narrations en ligne : de nombreux jeunes ont apprécié les débats ensemble sur ce qui se trouve en ligne et sur la façon dont les phénomènes de haine et de discrimination se créent. La durée limitée des activités a été également perçue comme un point faible de l'ensemble du parcours selon les participants : nombre d'entre eux ont répondu à la question « *Et enfin, décris ce qui, selon toi, devrait être amélioré* » en disant qu'il faudrait avoir plus de temps en général pour produire la vidéo et approfondir les sujets traités.



L'évaluation a tenu compte également de la perception des jeunes par rapport à l'utilité des ateliers : plus de 65% des participants pense que les sujets traités pourront certainement être utiles à l'avenir, et presque 30%, sans se prononcer vraiment, pense qu'ils pourraient être utiles, tandis que 4,7% seulement n'en est pas convaincu.



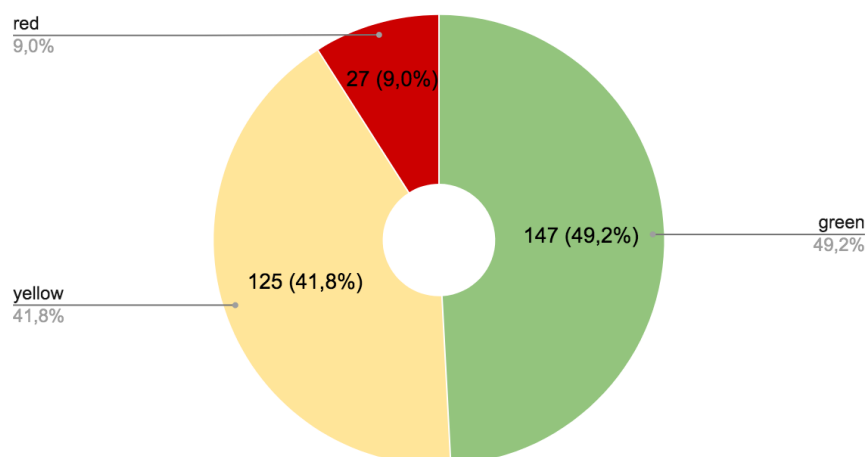
Le rôle des jeunes lors de la diffusion de la campagne de communication

Nous avons fait un pari important : réussir à faire en sorte que les jeunes participent non seulement activement aux ateliers, mais qu'ils s'engagent ensuite à collaborer activement à la campagne de communication REACT. Cela a été la dimension la plus difficile à réaliser pendant les ateliers. Dans la logique du projet, il nous fallait absolument adopter une stratégie qui puisse garantir un changement de comportement réel de la part des participants, comme nous avons pu le voir, et la façon la plus convaincante de mesurer ce changement était justement de les impliquer activement dans la diffusion de la campagne de contre-discours qu'ils avaient contribué à réaliser grâce à leurs vidéos.

Le vrai succès des ateliers aurait donc été mesuré en fonction du degré de participation émotionnelle des jeunes au fil de ce parcours, jusqu'à devenir les principaux témoins de la campagne de communication. Les résultats sont bons, en fin de compte, mais on n'a pas réussi à exploiter toutes les potentialités que la méthodologie choisie aurait pu dévoiler, et nous sommes convaincus qu'elle peut le faire.

Au terme des ateliers, une question spécifique a été posée dans le questionnaire concernant la disponibilité des jeunes à s'engager dans la diffusion de la campagne de communication : 41,8% des participants était indécis par rapport à ce genre de participation active, et 9% a déclaré ne pas être disponible. Malgré leur jugement extrêmement positif au sujet des activités et des contenus acquis, le fait de passer de la prise de conscience à l'action se révèle donc (comme nous l'avions largement prévu) assez compliqué : probablement, le peu de temps disponible pour les ateliers n'a pas permis de mener le suivi nécessaire (peut-être avec une session spécifique dédiée à la diffusion de la campagne sur les réseaux sociaux et aux différents outils utilisés), ce qui aurait pu intéresser les jeunes, en voyant aussi les résultats obtenus en ligne par les vidéos qu'ils ont réalisées.

Do you think you will commit yourself to spreading the REACT project counter-narrative campaign?



Êtes-vous prêts à vous engager pour diffuser la campagne de contre-discours du projet REACT ? rouge 9,0% jaune 41,8% vert 49,2%

En effet, les jeunes ont collaboré activement et positivement à la diffusion de la campagne uniquement durant une période se limitant à la durée des activités en classe et à l'atelier de Saint-Sébastien, sur lequel nous reviendrons plus tard.

Les participants ont contribué à la diffusion de la campagne en ligne de différentes manières, selon leurs inclinations personnelles en termes de composition du contenu et de choix du moyen de communication à utiliser.

L'apport des jeunes s'est concentré en particulier au cours de deux phases principales, correspondant à deux moments différents du projet, pendant lesquelles les participants aux ateliers ont démontré en ligne leur engagement à réaliser et à diffuser la campagne.

Phase I : la phase de préparation des vidéos.

Dans la phase expérimentale des ateliers, les jeunes ont participé à la conception et à la réalisation des vidéos requises par le projet, en particulier lorsque les photos étaient au centre de l'attention. Les jeunes ont donc amplement communiqué sur leurs profils sociaux, surtout sur Instagram et Facebook, pour raconter les coulisses de la réalisation des vidéos, en postant des photos lorsqu'ils créaient les affiches qui les ont aidés à définir le concept de discours de haine, des moments de « brainstorming » (remue-méninges), des partages des trames de narration, la rédaction des projets de production de leurs vidéos. Partager ces instants, relancés sur les réseaux sociaux officiels du projet REACT, est une valeur ajoutée qui a réussi à associer la « marque REACT » à des images positives de partage et d'échange, d'entente entre les participants, de travail commun, de « *brainstorming* », qui ont contribué à renforcer le message spécifique de la campagne. Le rôle des écoles qui ont accueilli les ateliers s'est révélé très important : grâce au partage des « posts » sur les profils officiels des écoles, le message a été amplement diffusé, en réussissant à « raconter » cette expérience aux jeunes qui n'étaient pas directement impliqués dans le projet, à leurs parents, aux autres enseignants et au personnel scolaire, aux différents acteurs.

Phase II : la rencontre à Donostia (appellation basque de Saint-Sébastien).

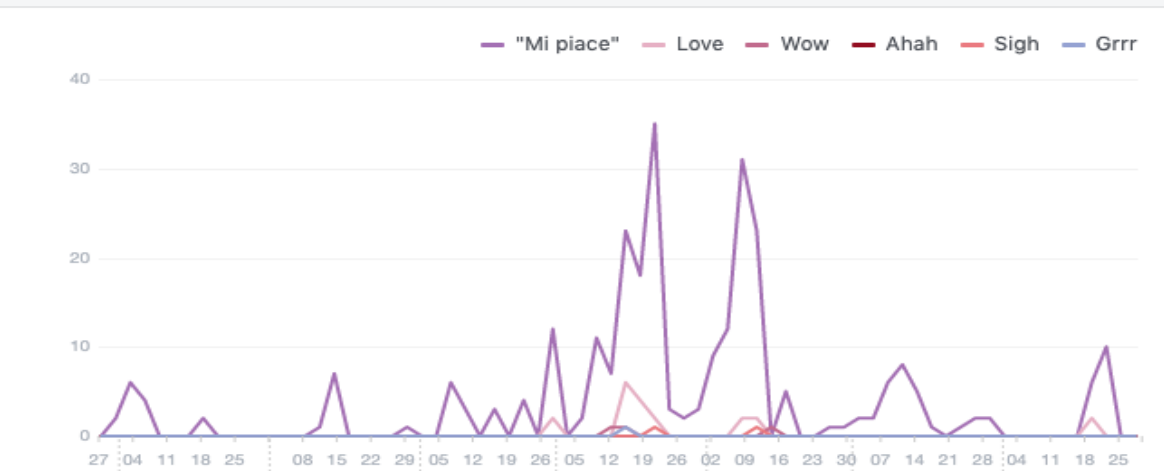
En avril 2019, à l'occasion du séminaire transnational organisé à Saint-Sébastien, dans le cadre du Festival du Cinéma et des Droits de l'Homme de Donostia (dont nous parlerons plus en détail dans le paragraphe suivant), les jeunes ont choisi principalement les vidéos comme outil pour communiquer leur participation au projet. Des « stories » (récits) Instagram très courtes, des prises de vue en direct, de courtes vidéos qui ont documenté les activités réalisées par les participants à Saint-Sébastien, amplement publiées, en premier lieu sur Instagram, mais sur Facebook aussi. Les vidéos ont été repartagées sur les profils officiels de la campagne.

Les graphiques suivants montrent que les résultats obtenus en termes de participation des jeunes ont été globalement positifs.

Nombre total de réactions aux « posts » publiés (j'aime, commentaires, partager, reposter, retweeter) : 1 102.

Reazioni

"Mi piace" e altri modi in cui le persone aggiungono una reazione ai post della tua Pagina.



Réactions

« J'aime » et autres mentions utilisées pour ajouter une réaction aux posts de votre Page.

Nombre total de personnes engagées par les « posts » : 3 026.



Nombre total de personnes touchées par les « posts » de la campagne : 320 278.

Copertura totale

Il numero di persone a cui è apparso nello schermo un contenuto della tua Pagina o relativo ad essa. Si tratta di una stima.

[Crea un post](#)



Benchmark

Confronta le tue prestazioni medie nel corso del tempo.

Organica

A pagamento

Copertura totale

Nombre de personnes pour lesquelles des informations à propos d'un événement de votre Page ou le concernant sont apparues sur leur écran. Il s'agit d'une estimation.

Portée organique - Portée payée

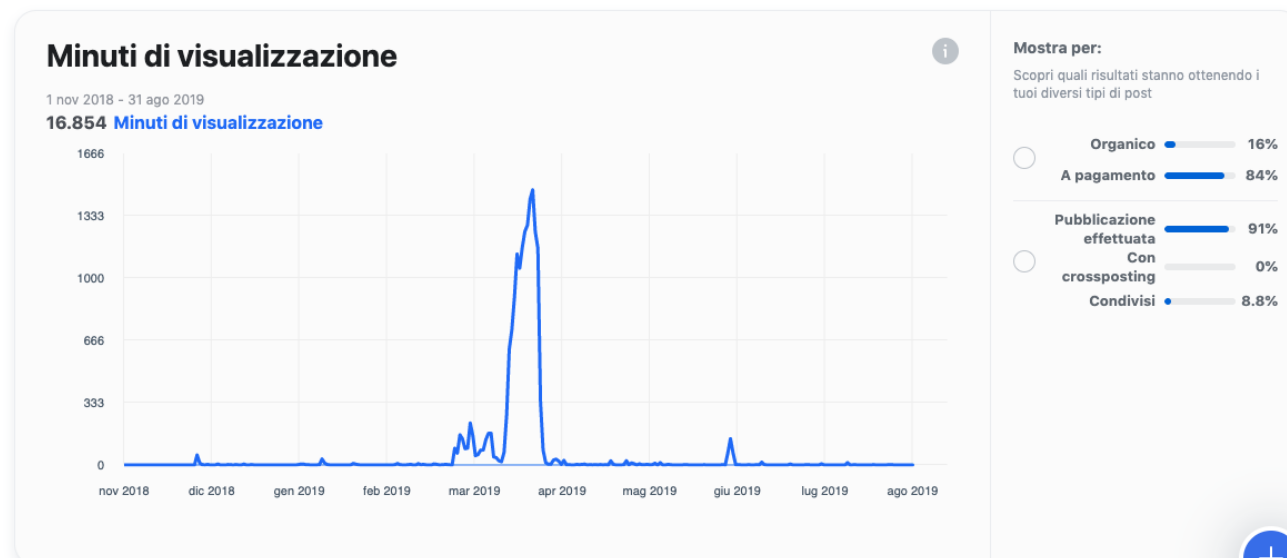
Statistiques Comparez les prestations de votre Page en moyenne dans le temps.

Portée organique

Portée payée

Créer un post

Données relatives aux vidéos :



16 854 Minutes visionnées - -- Vues de 1 minute - 56 282 Vues de 3 secondes - 719 Audience - 518 Engagements
 100% depuis 304 jours à aujourd'hui

Minutes visionnées
 1^{er} nov 2018 - 31 août 2019
16 854 Minutes visionnées

Statistiques :
 Afficher les performances des posts publiés sur votre Page
 Portée organique
 Portée payée
 Publication effectuée par crosspostage
 Partages

La compétition vidéo et la participation au Festival du Cinéma et des Droits de l'Homme de Donostia

Afin de stimuler encore plus l'intérêt des jeunes participants, le projet REACT prévoyait que le parcours expérimental des ateliers se termine par la sélection d'une vidéo pour chaque pays. Une commission d'experts de la communication, d'une part, et de l'autre, des experts d'antiracisme et de lutte contre le discours de haine, a été mise en place dans chaque pays. Chaque commission nationale a sélectionné une vidéo parmi celles réalisées dans les classes du pays ayant suivi l'atelier REACT. Grâce à une délégation de 5 élèves, accompagnés par un professeur, la classe gagnante a eu l'opportunité de présenter sa vidéo au Festival du Cinéma et des Droits de l'Homme de Donostia (https://www.zinemaetagizaeskubideak.eus/2019/index.php?option=com_content&view=article&id=174&Itemid=79&lang=en).

Pendant le festival, les quelques 25 élèves ont présenté leurs œuvres au public et ils ont également participé à une journée de colloque avec des experts européens de communication sociale et des militants des réseaux sociaux, pendant laquelle ils ont travaillé ensemble pour renforcer et enrichir la campagne, pour la lancer ensuite sur les réseaux sociaux.

Pendant le colloque, des rencontres ont été organisées avec des personnes d'origine géographique, ethnique, religieuse et culturelle différentes qui vivent dans la ville de Saint Sébastien, des personnes qui viennent de s'y installer, et

d'autres qui y habitent depuis toujours. L'idée était de faire en sorte que les jeunes apprennent à connaître ces personnes par leur nom et leur prénom, leur vie, leurs caractéristiques personnelles et professionnelles, leur expérience migratoire, etc., en allant au-delà des catégories stéréotypées habituelles.

Afin de créer une image commune pour les productions audiovisuelles à réaliser pendant l'atelier de Donostia, plusieurs outils d'information ont été créés avec le même graphisme et le même style : c'était, nous semblait-il, la façon la plus simple et la plus efficace pour identifier les vidéos créées par les participants pendant le temps de travail, et pour donner aussi une connotation interactive aux outils, afin d'encourager la participation des jeunes.



Badges adhésifs pour y écrire son nom et son prénom. Pour identifier rapidement les participants, et développer un sentiment d'appartenance (les participants étaient tous connectés et reliés par une seule présentation graphique).



Cartes postales d'information avec les hashtags utilisés dans le cadre du projet et par les différents partenaires qui le mettaient en œuvre sur les réseaux sociaux. Pour encourager les participants à partager leur travail avec un groupe plus nombreux de personnes, qui contribuent chacune à leur façon à réaliser le projet, dans le but d'en augmenter la visibilité.



Ciak avec l'image graphique du projet, pouvant être personnalisée par chaque participant, à insérer au début des vidéos, pour créer un fil rouge graphique qui puisse unir toutes les vidéos produites pendant l'atelier de Donostia.

L'intérêt et la participation active des jeunes ont été excellents. Les travaux avaient été organisés en prévoyant une grande interaction entre les élèves provenant des différentes écoles ; mais au début, les jeunes se sont regroupés par pays, en tendant à rester avec les camarades qu'ils connaissaient déjà. Au fil de l'atelier, ils ont toutefois ressenti d'eux-mêmes la nécessité de se mélanger et de travailler avec les autres, en donnant lieu à une phase d'interaction entre groupes de nationalités différentes, et en faisant l'effort de se mettre en jeu pour dépasser les barrières linguistiques. Ils ont démontré, à cette occasion, leur excellente capacité à échanger des idées, des expériences et des points de vue, de manière active et positive.

Les différents groupes recomposés de la sorte, chacun accompagné par un expert, se sont mesurés à la création de courtes vidéos de contre-discours, pour les publier ensuite sur les profils sociaux de REACT, où on peut encore les visualiser à présent.

La collaboration avec les experts a été bénéfique et cela a permis de stimuler la créativité des jeunes, en leur donnant l'occasion d'échanger avec des professionnels de la communication sociale, et de produire des œuvres de meilleure qualité, du point de vue de la forme et des contenus. Mais c'est surtout la rencontre avec différents acteurs (immigrés installés depuis peu ou depuis longtemps, jeunes réfugiés et demandeurs d'asile ...) qui a été une occasion quasiment unique pour ces adolescents européens : entrer en contact personnellement avec des personnes d'origines différentes, apprendre à les connaître directement, dans un contexte d'échange et de reconnaissance réciproque et à égalité. La façon dont les jeunes du projet REACT ont mené les interviews de ces personnes, prouve leur sensibilité et leur ouverture d'esprit, qui leur permettent d'observer la réalité en adoptant une nouvelle perspective, parfois divergente par rapport à celle qu'ils avaient avant d'arriver à Donostia.

Voici une vidéo de 1'29 qui relate l'expérience de l'atelier de Donostia :

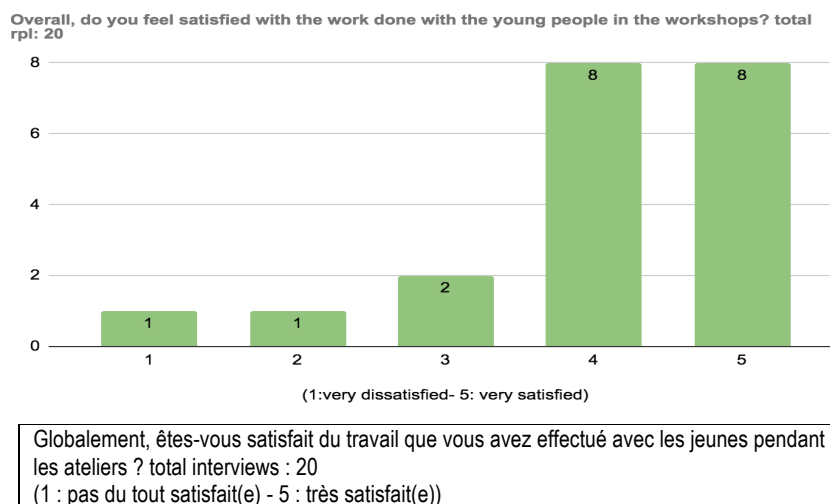
<https://www.youtube.com/watch?v=eb65AcBIE4A>

L'évaluation des éducateurs

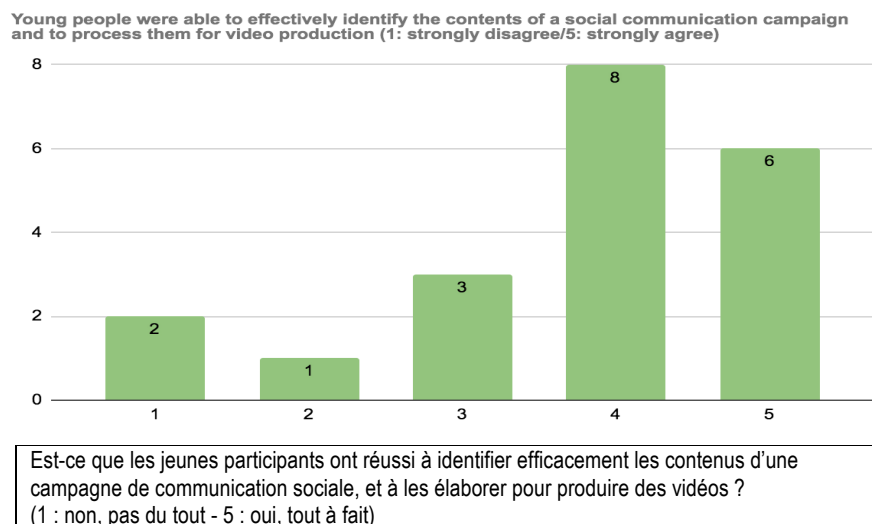
Deux outils différents ont été utilisés pour effectuer l'évaluation du travail des éducateurs :

- Un cahier de bord, à remplir à la fin de chaque session de formation afin de noter les techniques pédagogiques utilisées, les réactions des jeunes participants, et les stratégies adoptées par l'éducateur ;
- Une interview finale pour reprendre tout le parcours, en mettant l'accent sur les apprentissages professionnels de l'éducateur en personne, et sur les effets du changement par rapport aux jeunes.

L'évaluation des intervenants participant à l'expérience des ateliers du projet REACT, concernant leurs compétences professionnelles, ainsi que l'impact sur les jeunes, est sans aucun doute positive : sur un total de 20 personnes interviewées, 16 donnent une très bonne note sur l'échelle d'évaluation utilisée (4 ou 5).



En même temps, la plupart d'entre eux pense que les jeunes participants ont réussi à identifier efficacement les contenus de la campagne de communication sur les réseaux sociaux, et à les élaborer pour produire les vidéos.



L'analyse des cahiers de bord a permis d'évaluer également la capacité des éducateurs à recourir à des méthodes pédagogiques variées afin d'atteindre les objectifs d'apprentissage fixés. Les cahiers de bord décrivent nombre d'outils et de techniques, parmi lesquels :

- Exercices et jeux pour briser la glace et établir une atmosphère de travail favorable
- Interviews en classe
- Exercices et jeux de rôles
- Dialogue actif, débat collectif, remue-méninges
- Théâtre-thérapie, écriture créative, exercices d'imagination visuelle
- Utilisation de ressources audiovisuelles

Selon les éducateurs des cinq pays, l'atelier a été suivi avec intérêt et apprécié par les jeunes élèves, et ils ont ainsi décrit l'évolution de leur pensée critique :

- ☐ « Les participants ont développé leur capacité de pensée critique relativement à tous les sujets liés au racisme, aux stéréotypes et aux préjugés » (Espagne).
- ☐ « La formation a certainement permis aux jeunes de s'identifier en tant que victimes d'une mauvaise information, et ils ont compris l'importance de s'informer correctement avant de diffuser à leur tour des informations en ligne » (Italie).
- ☐ « À la fin de l'atelier, les jeunes ont compris la différence entre le discours de haine et le cyber-harcèlement, ils ont appris à reconnaître des schémas de communication offensifs, ils ont appris des techniques pour réagir et ils ont commencé à les utiliser, en faisant l'expérience de mettre en œuvre leur capacité d'influence » (Allemagne).
- ☐ « Les jeunes ont appris à réfléchir aux discriminations en termes abstraits, sans se limiter à réfléchir à leurs expériences personnelles, mais en faisant le lien entre le phénomène en question et la dimension des droits fondamentaux (droits de l'Homme et droits sociaux), et comment ces droits représentent la base de la cohésion sociale » (Italie).

La plupart des éducateurs a de plus souligné que, selon eux, travailler sur une thématique aussi essentielle est extrêmement important, et qu'ils ont développé leurs propres compétences professionnelles :

- ☐ « Nos compétences professionnelles ont été renforcées également grâce au fait que le groupe qui a participé à l'atelier était composé en grande partie par des jeunes ayant un vécu de migration, ce qui nous a permis de repenser et de modifier, plusieurs fois et en temps réel, les outils, les contenus et les approches choisis, en les adaptant à leur contexte de vie, à leurs expériences et à leurs pensées ».
- ☐ « Le guide et les outils offerts par le projet ont enrichi mes compétences pour ce qui est de l'organisation et de la gestion des ateliers ».
- ☐ « J'ai apprécié l'organisation multidisciplinaire, mettre en place une collaboration entre monteurs de vidéos et éducateurs s'est révélé très efficace ».
- ☐ « Participer à ce projet nous a permis de développer, diversifier et renforcer les conceptualisations théoriques à la base de notre travail, et cela nous a fourni de nouveaux outils et des exercices supplémentaires, en sus de

ceux que nous utilisons déjà, en enrichissant le panel d'activités que nous pouvons proposer dans ce type de travail ».

- Nous avons appris à utiliser des activités idéales pour aborder des questions très complexes de façon simple : nous avons appris comment, à partir de l'écoute ou de la vision, puis de l'interprétation d'histoires et de vidéos apparemment banales, il est possible de discuter avec des jeunes au sujet du sens, des dynamiques personnelles et des préjugés qu'ils portent en eux inconsciemment. Cela permet d'aborder des thématiques parfois épineuses, sans que personne ne se sente jugé, et en faisant en sorte que tout le monde se sente libre d'exprimer son propre point de vue.
- Les activités proposées ont prouvé leur efficacité afin de garantir la participation active des jeunes, y compris les plus difficiles et ceux qui ont un vécu de migrations parfois complexe. En particulier, la production d'une vidéo a poussé les participants à avoir un rôle actif et à vivre une expérience concrète de mise en récit. Cette activité pratique a été jugée très utile pour offrir un espace de « réflexion pratique » qui serve à renforcer les connaissances acquises dans les phases théoriques du parcours, de façon simple, amusante, fluide et « visuelle ».
- La dimension internationale du projet a également encouragé les élèves à s'engager, en ayant le sentiment d'appartenir à une communauté plus vaste, la communauté européenne.

Le défaut principal que les éducateurs, ainsi que les jeunes, ont mis en évidence est la durée des ateliers : ils ont tous souligné la nécessité de disposer de plus de temps, et d'approfondir encore plus les parcours de formation, surtout si le but est la production d'une vidéo, comme l'indique la réponse suivante d'un éducateur anglais :

En général, le projet a été très bien organisé, avec une structure claire, tout en laissant amplement de la marge pour adapter chacune des activités aux exigences des communautés locales [...]. Avoir plus de temps aurait été utile pour les éducateurs, car ils auraient eu la possibilité de digérer les nouvelles activités proposées de façon à les insérer de manière plus organisée dans le travail quotidien effectué avec les jeunes. Mettre en place un travail longitudinal aurait été utile pour évaluer l'impact des activités et les résultats de l'apprentissage, avec des interviews au début, à la fin, et 6 mois plus tard.

CONCLUSIONS

Recommandations pour des interventions efficaces de contre-discours et de lutte contre les discours de haine

Sur la base des interviews et des recherches effectuées, nous pouvons tracer quelques recommandations pour des interventions efficaces de contre-discours et de lutte contre les discours de haine, grâce également à des initiatives transnationales auxquelles plusieurs organisations et groupes de jeunes participent.

Promotion des compétences transversales

Promouvoir la transversalité des compétences en réunissant des équipes d'experts et de professionnels ayant des formations, des compétences, des expériences, des points de vue différents (sociologie des migrations, sciences de la communication, droit, pédagogie, psychologie sociale, sciences politiques, etc.) pour « attaquer » le phénomène du discours de haine sous plusieurs angles.

Réseautage

Il est nécessaire d'« unir nos forces » et de « construire des ponts », en plaçant l'initiative au sein d'un vaste réseau d'organisations capables de rallier et de mobiliser divers acteurs (y compris les acteurs politiques, les décideurs politiques et les opérateurs de réseaux sociaux), afin de multiplier l'impact du message.

« Segmenter » les groupes cibles

« Segmenter » les groupes cibles de façon à créer des messages ciblés et différenciés.

Combinaison de stratégies « hors ligne et en ligne »

Mettre en œuvre des actions hors ligne et en ligne, en les introduisant dans des contextes extérieurs, et dans des événements à plus large portée, s'adressant à un public plus vaste.

Utiliser des formats novateurs et efficaces

Réaliser des formats et des produits « cool » et attrayants pour un public cible jeune (courtes vidéos, memes ou infographies, etc.).

Utiliser des méthodologies et des stratégies de communication innovantes

Il est recommandé de mettre en place une communication simple et directe, en faisant appel aux émotions (positives), et pas seulement aux faits, tout en encourageant l'empathie et l'identification. La participation de personnalités ayant « pris » sur un public jeune est un choix efficace (par exemple, des Youtubers célèbres), car ils parlent le même langage et représentent leur style de vie.

Choisir attentivement les plateformes

Choisir attentivement les plateformes en ayant recours aux médias « *mainstream* », tels que Snapchat, Twitter et Instagram.

Encourager les jeunes à être protagonistes

Les initiatives s'adressant à un public jeune doivent laisser les jeunes s'exprimer sur des sujets d'actualité qui les concernent de près, et les rendre protagonistes de l'initiative en leur procurant un soutien direct et à distance.

Promouvoir des mouvements de jeunes de « deuxième génération » et mettre en valeur la diversité

Réorganiser ce qu'on appelle les jeunes de la « deuxième génération » auprès d'une association ou d'un mouvement (hors ligne et en ligne), qui soit non seulement porteur de leurs instances et de leurs revendications, mais aussi promoteur de leur connaissance des opportunités qu'ils représentent pour la société.

Encourager la participation de la base

Pour lutter contre le discours de haine, il s'avère utile de soutenir des mouvements de la base (grassroot movement) ou des groupes en ligne gérés « sans aucun frais », capables de réunir un grand nombre de militants bénévoles, avec une forte organisation interne.

Mettre en œuvre une continuité des initiatives

Mettre en œuvre la continuité des initiatives en exploitant au mieux les moyens préexistants qui diffusent des discours alternatifs, en créant du matériel qui puisse être utilisé et diffusé indépendamment, au-delà de l'initiative elle-même.

Utiliser des outils éclectiques et économiques

Miser sur des outils éclectiques et économiques (comme par exemple des projets qui nécessitent uniquement d'une plateforme électronique) permet de réduire les coûts de réalisation d'une initiative et de la rendre facilement répliquable dans différents contextes.

Encourager la création de bases de données qualitatives accessibles

La création de bases de données qualitatives est nécessaire pour le suivi des épisodes de racisme en recueillant les signalements d'origines différentes, afin de disposer d'un patrimoine de récits auquel recourir pour renforcer concrètement ses propres argumentations.

Éducation à la pensée critique

Développer des connaissances et des stratégies nécessaires à la vérification des sources d'information, déchiffrer les nouvelles et déconstruire les fausses informations (infox).

Préparer un kit de contre-argumentation

Avoir toujours un kit de contre-argumentation à disposition, afin de l'utiliser, si besoin est, pour donner rapidement des réponses partagées et bien fondées aux « posts » de haine.

Éviter de :

- Argumenter en reproduisant des stéréotypes
- Recourir à la victimisation
- Utiliser les mêmes mécanismes que les discours de haine, tels que généraliser, choisir des boucs émissaires ou un langage discriminatoire
- Utiliser des argumentations moralisatrices

2^{ème} PARTIE - LES OUTILS DE TRAVAIL

Le processus de formation conçu pour REACT se base sur une méthodologie spécifique qui prévoit la mise en place d'un dialogue impliquant tous les participants, et permettant à chacun de se mettre en jeu à la première personne. Les méthodes et les outils de l'éducation non formelle sont essentiels pour atteindre cet objectif, afin d'encourager également l'implication émotionnelle des participants, et de lancer un processus d'apprentissage fondé sur leurs capacités de participation et de partage, au sein duquel ils sont acteurs protagonistes, en s'appropriant ainsi des réflexions faites et des connaissances acquises.

Les activités décrites ci-après sont avant tout des espaces de dialogue, basés sur l'échange et le partage du processus d'apprentissage, afin de développer la capacité coopérative des participants. Des méthodologies différentes seront utilisées, telles que : ateliers, jeux de rôles, études de cas, simulations et débats guidés, qui permettront aux jeunes participants de faire leurs preuves dans l'apprentissage par la pratique.

Ce processus facilite également le suivi et l'évaluation continus de la qualité de l'expérience que font les jeunes participants, du point de vue des connaissances acquises et du niveau de participation.

Fréquenter un atelier représente une expérience intense pour les personnes qui y participent. Faire une expérience signifie se confronter à un événement, et cela implique un changement concernant ce que l'on sait et ce que l'on est. REACT donne, en ce sens, une grande importance à l'intelligence émotionnelle des participants et encourage en continu leur capacité à ressentir et à élaborer des émotions. Le processus de formation vise à encourager la capacité d'empathie, de partage, d'élaboration d'une expérience vécue, afin de construire ce que l'on peut définir comme une « communauté éducative plurielle », qui se développe grâce à ce que tous les membres du groupe y apportent.

La thématique que nous aborderons représente un modèle permettant d'observer et de parler du présent, de nous-mêmes en tant que femmes et hommes capables de faire des choix, de nos préoccupations et de nos potentialités.

L'empathie et l'intelligence émotionnelle sont au cœur du processus de formation de REACT, et elles peuvent se révéler grâce à la construction d'un espace « protégé », au sein duquel les participants découvrent la sérénité de pouvoir exprimer librement leurs opinions et leurs émotions.

Pendant les ateliers, on apprend à se connaître et à avoir confiance en la communauté éducative. On découvre la beauté du dialogue et de l'échange au fil du temps vécu ensemble. Le temps que chacun consacre à soi-même permet d'entrer en contact avec des questions profondes, et une porte s'ouvre sur des moments de réflexion et sur le sens de l'expérience vécue.

La phase d'évaluation est tout aussi importante. En effet, c'est à ce moment-là que les participants réfléchissent au parcours suivi et, en lui donnant un sens, qu'ils construisent leur expérience au sens large du terme. La narration représente en soi le processus d'apprentissage ; c'est en racontant que les personnes acquièrent une conscience de soi renouvelée, qu'elles prennent conscience de leur changement et du monde qui les entoure.

Les fiches ont été regroupées, selon la thématique, en deux sections différentes, de façon à permettre aux formateurs de choisir les activités les mieux adaptées au groupe cible :

- **Activités pour déconstruire les stéréotypes et les préjugés, c'est-à-dire des opinions strictement préconçues et généralisées concernant des personnes ou des groupes sociaux, non acquises en fonction d'une expérience directe, mais qui sont toutefois très enracinées et qui peuvent fortement influencer notre jugement.**
- **Activités pour lutter contre le discours de haine et la discrimination, c'est-à-dire des attitudes et des comportements visant à exprimer et à diffuser la haine et l'intolérance,**

ainsi qu'à encourager les préjugés et la peur concernant des personnes ou des groupes sociaux spécifiques.

FICHES D'ACTIVITÉS

Activités pour déconstruire les stéréotypes et les préjugés

1. Qu'est-ce que « différent » signifie ?

Réfléchissons au sens de « diversité »

Objectifs

- Sonder la perception des jeunes élèves et leurs expériences à partir du concept de *diversité* ;
- Introduire un terme et ses différentes acceptions, qu'elles soient positives ou négatives ;
- Réfléchir aux processus et aux modes qui transforment la *diversité* en concept négatif qui exclut ;
- Introduire les concepts de *stéréotype* et de *préjugés*.

Durée moyenne de l'activité : 20 minutes

Matériel à utiliser

- Une affiche / un tableau
- Des feutres / des craies

Réalisation

Phase 1, brainstorming (remue-méninges)

Écrire le mot « diversité » au tableau ou sur l'affiche.

Demander aux participants de faire une liste des premiers termes qui leur viennent à l'esprit à partir de ce mot. Écrire ces termes au tableau ou sur l'affiche.

Phase 2, mettre en ordre les mots et en parler

Parler avec les participants et décider comment différencier les concepts et les mots qu'ils ont exprimés ; ci-après, quelques suggestions ;

- Essayer de séparer les mots qu'ils considèrent positifs et ceux qu'ils considèrent négatifs ;
- En quoi la diversité est-elle positive pour eux ? En quoi est-elle négative ?
- Essayer de voir s'il y a des termes qui indiquent différents critères définissant la diversité (ex. diversité religieuse, culturelle ; diversité physique ; diversité liée à ce que nous sommes et à ce que nous faisons)
- En fonction de quoi peut-on être considéré comme différent ?
- Quelles sont les conséquences lorsqu'on est considéré comme différent ?
- Est-ce que les participants ont déjà été considérés comme différents ou ont-ils déjà considéré quelqu'un comme différent ? Qu'ont-ils ressenti ?
- Quelle est la définition de stéréotypes, selon les participants ?
- Quelle est la définition de préjugés, selon les participants ?

1. « Geneviève »

Objectifs

- Réfléchir aux préjugés et aux stéréotypes, parfois inconscients ;
- Réfléchir aux valeurs profondes que chacun porte en soi.
- Réfléchir aux liens existants entre l'ensemble de ses valeurs et son jugement et son comportement.

Durée moyenne de l'activité : 60/90 minutes

Matériel à utiliser

Feuilles papier

Stylos

Une affiche

Réalisation

Phase 1, Raconter l'histoire

Geneviève est tombée amoureuse de Tom qui habite sur l'autre rive d'un fleuve. Une inondation terrible a détruit tous les ponts sur le fleuve, un seul bateau a été épargné. Maintenant, un grand fleuve sépare Geneviève et Tom.

Peu après, Geneviève demande à Ralf, le propriétaire du bateau, de l'emmener sur l'autre rive pour rencontrer Tom.

Ralf accepte, mais à une condition, Geneviève doit passer la nuit avec lui.

Geneviève est confuse, elle ne sait que faire, et elle demande conseil à sa mère, qui lui répond qu'elle ne peut s'exprimer sur les choix de la vie privée de Geneviève, elle seule peut prendre une décision.

Geneviève réfléchit quelques jours, et puis, désespérée, elle accepte les conditions de Ralf. Arrivée sur l'autre rive, elle raconte à Tom comment elle a réussi à le rejoindre.

Tom se fâche et la chasse, scandalisé, et Geneviève s'en va en pleurant.

Près de chez Tom, Geneviève rencontre un ami, John. John écoute cette vilaine aventure, puis il se rend chez Tom, il le gifle, et il s'éloigne ensuite avec Geneviève.

Phase 2, Rédiger sa liste

Chaque participant doit rédiger sur sa feuille, et sans se confronter avec les autres, une liste de 5 personnages, en les classant du pire au meilleur.

Phase 3, Rédiger les listes en groupe

Partager le groupe en petits groupes de 4 à 5 personnes, et leur donner environ 10 minutes pour rédiger une liste collective. Pendant que les participants travaillent, l'éducateur observe les groupes et les dynamiques qui s'y créent.

Phase 4, Débriefing

Replacer les participants en cercle, et demander à chaque groupe de lire sa liste, que l'éducateur écrit sur une affiche, et d'expliquer comment les choix ont été effectués : ont-ils discuté et au sujet de quoi en particulier, comment ont-ils réussi à faire une synthèse.

Faire réfléchir les participants au sujet du fait que cet atelier est habituellement vécu à travers des moments particulièrement forts (discussions animées et insatisfactions profondes lorsque la liste collective est très différente de la liste individuelle), parce que nos valeurs intrinsèques entrent en

jeu, ainsi que toute une série de préjugés et de stéréotypes que nous avons dans notre bagage culturel, et dont nous ne sommes pas toujours conscients.

Phase 5, Inversion des personnages

Conclure l'atelier en racontant l'histoire aux participants, en inversant le genre des personnages :

Tom est tombé amoureux de Geneviève qui habite sur l'autre rive d'un fleuve. Une inondation terrible a détruit tous les ponts sur le fleuve, un seul bateau a été épargné. Maintenant, un grand fleuve sépare Geneviève et Tom.

Peu après, Tom demande à Rodolfa, la propriétaire du bateau, de l'emmener sur l'autre rive pour rencontrer Geneviève.

Rodolfa accepte, mais à une condition, Tom doit passer la nuit avec elle.

Tom est confus, il ne sait que faire, et il demande conseil à son père, qui lui répond qu'il ne peut s'exprimer sur les choix de la vie privée de Tom, lui seul peut prendre une décision.

Tom réfléchit quelques jours, et puis, désespéré, il accepte les conditions de Rodolfa. Arrivé sur l'autre rive, il raconte à Geneviève comment il a réussi à la rejoindre.

Geneviève se fâche et le chasse, scandalisée, et Tom s'en va en pleurant.

Près de chez Geneviève, Tom rencontre une amie, Jeanne. Jeanne écoute cette vilaine aventure, puis elle se rend chez Geneviève, elle la gifle, et elle s'éloigne ensuite avec Tom.

Réflexions partagées

Demander aux participants de réfléchir à comment leur jugement change par rapport aux personnages, de la première version de l'histoire à la seconde. Quelques questions peuvent vous guider : Comment imaginez-vous Ralf ? (Jeune, vieux, vilain, beau, charmant, dégoûtant ?) et comment imaginez-vous Rodolfa ? Trouvez-vous bizarre que le père dise à son fils de prendre une décision tout seul ? Trouvez-vous cette histoire plausible ?

Réfléchir ensemble à la conception de société que nous avons et dans laquelle nous vivons, qui définit des rôles et des comportements acceptables ou non, et à ce qui nous semble vraisemblable, et ce qui, au contraire, ne correspond pas à un comportement que nous définirions plausible pour une femme, par exemple, tandis que le même comportement ne nous surprend pas ou ne nous scandalise pas, chez un homme, et vice-versa.

2. Vidéo « For the birds » (Pour les oiseaux)

Objectifs

- Introduire les concepts d'*exclusion* et de *discrimination*, liés à la notion de *diversité* ;
- Réfléchir à comment est construit un préjugé et à ses conséquences ;
- Raisonner sur les dynamiques d'exclusion et de discrimination ;
- Raisonner sur les dynamiques de groupe.

Durée moyenne de l'activité : **30 minutes**

Matériel à utiliser

Vidéo « *For the birds* » (Pour les oiseaux)

Vidéo projecteur et ordinateur

Haut-parleurs

Réalisation

Phase 1, vidéo

Utiliser le vidéo projecteur pour montrer la vidéo de Pixar aux participants

Phase 2, travail en groupe

Répartir les participants en petits groupes, et leur demander de parler de la vidéo au sein du groupe, de partager ce qui les a touchés et d'indiquer quelles sont les thématiques qui, selon eux, sont mises en évidence par le dessin animé.

Phase 3, partage

Demander aux participants de raconter aux autres ce qu'ils se sont dit en groupe. Dialoguer ensemble sur la base de quelques questions :

- Que se passe-t-il dans ce court dessin animé ?
- Quel est le comportement des petits oiseaux avant l'arrivée du plus grand ?
- Que se passe-t-il quand le plus grand arrive ?
- Quelle est la différence entre les différents oiseaux ?
- Est-ce que les petits oiseaux et le plus grand se comprennent les uns avec les autres ?
- Est-ce que les personnages pouvaient se comporter différemment ? Qu'est-ce que cela aurait changé ?
- Comment les petits oiseaux ont-ils agi pour chasser le plus grand ? Ont-ils tous agi de la même façon ?
- Selon vous, la dynamique décrite par le dessin animé correspond à une dynamique commune ? Est-ce que ce genre de choses a lieu souvent dans les contextes que vous fréquentez, ou dans le monde dans lequel vous vivez ? Pouvez-vous donner des exemples ?
- Avez-vous déjà participé ou observé une dynamique semblable dans votre vie ? Quel était le contexte ? Comment est-ce que cela s'est terminé ? Comment l'histoire pouvait-elle finir différemment ?

- À votre avis, quel est le sens de la fin de ce dessin animé ?

3. Qui se trouve derrière moi ?

Objectifs

- Faire une expérience d'empathie ;
- Débattre de l'impact que les stéréotypes et les préjugés ont sur les personnes ;
- Raisonner sur les liens entre stéréotypes, préjugés et discrimination ;
- Réfléchir à l'importance des médias et des réseaux sociaux dans la création de préjugés et de discriminations ;
- Réfléchir à l'importance de l'empathie au sein des rapports réels et des rapports virtuels en ligne.

Durée moyenne de l'activité : 90 minutes

Matériel à utiliser

Autant de photographies que de participants
Scotch papier
Feuilles blanches
Stylos

Réalisation

Phase 1, explication du jeu

Placer les participants en cercle, dos tourné vers le centre du cercle. Fixer, à l'aide du scotch papier, une photographie sur le dos de chaque participant. Lorsque tout le monde est prêt, les faire tourner vers le centre du cercle, distribuer un stylo et une feuille par personne, et leur donner la consigne suivante :

- Chacun d'entre vous porte sur son dos l'image d'une personne ou d'un groupe de personnes ;
- Promenez-vous dans la pièce. Quand vous rencontrez un autre participant, regardez l'image qu'il/elle a sur son dos, et dites quelque chose, une phrase, un mot, qui exprime l'opinion générale de la société concernant cette personne ou ce groupe de personnes. Adressez-vous à la personne qui porte cette image sur son dos, en la regardant droit dans les yeux. Il ne s'agit pas forcément de votre opinion personnelle, mais des stéréotypes ou des étiquettes que les gens appliquent à cette ou à ces personne(s). Vos commentaires peuvent être positifs, négatifs, et même malpolis : c'est un jeu !
- Lorsque des commentaires vous seront adressés par les participants que vous rencontrez dans la pièce, prenez note de ce qu'ils vous disent sur une feuille.

Phase 2, jeu

Quand tout le monde a compris, le jeu peut commencer.

Phase 3, partage

Lorsqu'il vous semble que tous les participants ont échangé des commentaires les uns avec les autres, interrompez le jeu et faites-les s'asseoir en cercle.

En fonction des mots utilisés par les autres, demander à chacun de formuler une hypothèse concernant l'identité de la personne ou du groupe photographié dans son dos, et de dire à tout le groupe ce qu'il leur a été dit.

Après que tout le monde a pris la parole, poser les questions suivantes au groupe :

- Avez-vous eu des difficultés à trouver les mots pour décrire ce que les gens disent sur les personnes ou les groupes de personnes que vous avez vus sur le dos des autres ?
- Comment vous êtes-vous sentis en faisant des commentaires à vos camarades ?
- Comment vous êtes-vous sentis lorsqu'on vous a adressé ces commentaires ?
- Si quelqu'un n'a pas deviné l'image de la personne photographiée dans son dos, lui demander pourquoi ;
- Avez-vous déjà rencontré des personnes comme celles que vous avez vues sur les photos ?
- À votre avis, s'agit-il d'images stéréotypées ?
- À votre avis, comment peut-on se faire une idée de ces personnes ?
- Quel est le rôle et le poids des médias dans la création de ces stéréotypes ?
- À votre avis, les stéréotypes et les préjugés sont-ils justes ? Si oui/non, pourquoi ?

Note aux formateurs : prendre garde à choisir des images qui décrivent des contextes qui ne soient pas trop proches de la vie des participants, afin d'éviter de créer des situations embarrassantes et désagréables.

4. Ne mettez pas les gens dans des cases

Objectifs

- **Raisonnement sur les étiquettes et les catégories dans lesquelles les gens sont souvent « enfermés ».**

Durée moyenne de l'activité : **20 minutes**

Matériel à utiliser

- Vidéo <https://video.repubblica.it/mondo/danimarca-noi-contro-loro-l-emozionante-spot-che-ci-fa-riscoprire-le-cose-che-ci-uniscono/266697/267076>
- Ordinateur et vidéo projecteur
- Haut-parleurs

Réalisation

Phase 1, projection de la vidéo

Montrer la vidéo aux participants

Phase 2, compte-rendu

Bref dialogue avec les participants sur la base de ce qu'ils ont vu :

- Que se passe-t-il dans la vidéo ?
- Qu'est-ce que cette vidéo nous communique ?
- Comment nous sommes-nous identifiés à certaines catégories de personnages et à quel point l'avons-nous fait ?
- Est-ce qu'une catégorie de personnages peut ne pas nous représenter complètement ? Quand, par exemple ?
- Est-ce qu'une catégorie de personnages peut nous permettre de nous décrire ? De quelle façon ?

5. Vidéo et débat sur les préjugés

Objectifs

- Réfléchir aux conséquences que les préjugés ont sur les personnes que l'on considère comme différentes ;
- Réfléchir aux différentes « catégories » de personnes que l'on considère comme différentes ;
- Réfléchir aux discriminations ;
- Réfléchir à l'importance de développer et d'encourager l'empathie envers les victimes de préjugés.

Durée moyenne de l'activité : 45 minutes

Matériel à utiliser

- Vidéo 1 <https://www.youtube.com/watch?v=UJQRHRfNBxY>
- Vidéo 2 <https://www.youtube.com/watch?v=wAiocarz8gU>
- Vidéo 3 <https://www.youtube.com/watch?v=AiSafm8v7-k&app=desktop>
- Ordinateur et vidéo projecteur
- Haut-parleurs

Réalisation

Phase 1, projection de la vidéo

Montrer les trois vidéos, l'une après l'autre.

Phase 2, compte-rendu

Dialoguer avec les participants sur la base de quelques questions :

- Qu'est-ce qui les a frappés dans ces vidéos ?
- Quelles émotions ont-ils ressenties ?
- Ont-ils appris quelque chose de nouveau ? Quoi ?
- Se sont-ils sentis porteurs de préjugés en regardant ces vidéos ? Par rapport à qui ?
- Ont-ils déjà prononcé ou entendu prononcer certaines phrases ou expressions discriminatoires utilisées dans ces vidéos ? À quelle occasion ?

Activités pour lutter contre les discours de haine et les discriminations

1. X&O - Être O dans un monde de X⁶

Objectifs

- Réfléchir à son propre comportement, mis en situation ;
- Analyse et débat concernant les dynamiques des processus d'exclusion de deux points de vue différents (individu exclu et individu qui exclut) ;
- Raisonner sur les dynamiques de groupe, sur les causes et les conséquences des processus d'exclusion ;
- Partager certaines expériences personnelles, en réfléchissant au fait que les mécanismes d'exclusion et de discrimination font partie de notre quotidien, et que tout individu risque d'en être victime ou acteur ;

Durée moyenne de l'activité : 90 minutes

Matériel à utiliser

- **Post-it**
- **Feutres**
- **Vidéo projecteur**
- **Stylos**

Réalisation

Phase 1, explication et début de l'activité

Préparer des post-it (autant de post-it que de participants, chacun en recevra un), séparer les post-it en 4 groupes. Pour chaque groupe de post-it, choisir une forme géométrique et une couleur (ex. triangle vert, rond vert, carré rouge, rectangle bleu), et les dessiner à l'aide d'un feutre sur chaque post-it. Dessiner une lettre O en noir sur un seul post-it.

Si, par exemple, il y a 20 participants, vous aurez donc 5 post-it avec un triangle vert, 5 post-it avec un rond vert, 5 post-it avec un carré rouge, 4 post-it avec un rectangle bleu, et 1 post-it avec une lettre O noire.

Expliquer aux participants qu'ils ne pourront plus parler à partir de cet instant.

Placer les participants en cercle, debout, dos au formateur, et leur demander de ne pas parler, et de ne pas regarder le dos des autres tant que le jeu n'aura pas commencé.

Fixer un post-it sur le dos de chaque participant : les participants ne savent pas ce qu'ils ont sur leur dos.

Choisir attentivement la personne qui recevra le post-it avec la lettre O, il faut qu'elle soit forte et tranquille.

Après avoir distribué tous les post-it, donner la consigne suivante aux participants : « Faites en sorte, sans jamais parler, de vous regrouper en fonction des post-it qui se ressemblent ».

La consigne est délibérément ambiguë : ils savent qu'ils doivent se référer aux post-it qu'ils ont sur le dos, mais pas en fonction de quel critère se regrouper (par couleur ? par forme ?), ni que le

⁶ L'atelier s'inspire d'une activité réalisée par Roberto Ceschina

groupe ne peut inclure les personnes ayant d'autres symboles ; en effet, on ne leur demande pas d'exclure quelqu'un de façon explicite (ils le feront éventuellement par déduction), mais ils doivent simplement faire en sorte que tout symbole semblable soit regroupé : les participants devront décider comment interpréter la consigne, le formateur ne doit donner aucune indication.

La lettre O est toute seule, mais elle ne le sait pas, les autres non plus, au début.

Au fil du jeu, observer les dynamiques qui se créent : on accueille ou on rejette O ? De quelle façon ? Après avoir réalisé qu'elle est seule, est-elle raillée et isolée, ou intégrée dans un groupe ? Si possible, en fonction de la situation, filmer les participants et leur montrer ensuite, en phase de débriefing, quel a été leur comportement, afin qu'ils s'observent et qu'ils trouvent d'autres éléments de réflexion. Si les participants ne peuvent être filmés, observer très attentivement, et prendre note de tout ce qui se passe : les dynamiques qui se créent, les comportements et les réactions engendrés, en particulier par rapport au porteur de la lettre O.

Phase 2, Débriefing

Reformer un cercle et demander aux participants comment ils se sont sentis, comment ont-ils vécu l'expérience de faire partie d'un groupe, se sont-ils aperçus des dynamiques engendrées, ou de comment les autres se sentaient, ont-ils éprouvé des sentiments discordants. Selon le choix qu'ils ont effectué, leur demander quelles ont été leurs motivations, s'ils en étaient conscients, et qu'ont-ils ressenti en faisant ce choix. Faire parler en dernier la personne porteuse de la lettre O : comment s'est-elle sentie, comment a-t-elle vécu le comportement des autres, qu'a-t-elle fait (essayé de s'intégrer et de se faire accepter, accepté passivement, etc.), et qu'a-t-elle remarqué à propos des dynamiques engendrées sous ses yeux.

Phase 3, Raisonnement sur les dynamiques de groupe - Être O.

Expliquer ou lire ce qui suit :

Il y a des personnes « différentes » dans tous les groupes, identifiées ainsi pour des raisons les plus disparates qu'elles soient : religion, origine géographique, être nouveaux, etc. à partir de maintenant, nous ferons référence au groupe majoritaire en utilisant la lettre « X », et au groupe minoritaire en utilisant la lettre « O ». Les O peuvent se différencier du groupe des X par leur genre, leurs vêtements, la nourriture, leur idéologie, leur religion, leur capacité ou simplement aussi parce qu'elles sont les dernières arrivées. La différence la plus évidente est toutefois qu'il n'y a pas le même nombre de O et de X : les X sont beaucoup plus nombreuses.

Mais qu'est-ce qui arrive à O lorsqu'elle arrive dans un groupe de X ? L'unicité des O est une nouveauté qui attire l'attention des X.

On observe O très attentivement, beaucoup plus que toutes les autres X.

O devient une attraction, tous les regards seront posés sur elle. O commence à jouer un rôle sous les feux de la rampe : chaque comportement, chaque geste qu'elle fera sera observé/commenté/remarqué.

On aura des opinions et des jugements différents sur les O et sur les X, même quand elles feront la même chose : O ne peut cacher ses erreurs aussi facilement que X, et surtout, elle ne peut cacher ses caractéristiques bizarres en tant que O. De plus, être la seule O, fait d'elle un élément « représentatif » de tout le groupe des O, et également de ce qu'elle n'est pas. Et les X commenceront à vouloir qu'elle rende compte des comportements « du groupe des O ». O sentira le poids de son identité, et elle essaiera de se tirer de cette situation.

O aura 3 possibilités :

- a) Essayer de devenir une super O ! Faire tout, toujours mieux et toujours plus rapidement que toutes les X, mais au premier faux pas, tout sera effacé d'un coup ;
- b) Se cacher sous une fausse identité, se déguiser, se transformer, essayer de ressembler toujours plus à une X avec ses vêtements, sa façon de parler... Mais les X n'accepteront jamais une X non originale ;
- c) Travailler dans les coulisses, en agissant à l'ombre d'une X, en l'aidant et en travaillant pour elle : « à l'ombre d'une grande X, il y a toujours une petite O ».

Phase 4, Raisonnement sur les dynamiques de groupe - Travailler à deux

Deux par deux, faire parler les participants, 5 minutes chacun, à partir de quelques questions :

Se sont-ils déjà sentis comme une O ? Quand ?

Qu'ont-ils éprouvé dans de telles circonstances ?

Phase 5, Raisonnement sur les dynamiques de groupe - Être X.

Expliquer ou lire ce qui suit :

Qu'est-ce qui arrive aux X, lorsqu'une O arrive dans leur groupe ? Avant l'arrivée des O, les différences entre X étaient nombreuses et très évidentes. Grâce à la présence des O, les X se sentent beaucoup plus semblables les unes avec les autres. Les X prennent conscience de leur essence en tant que X, comme si elles se regardaient pour la première fois dans un miroir. Ainsi, les X n'ont jamais ressenti leur appartenance au groupe autant qu'après l'arrivée de O, et la diversité de O semble être la seule à pouvoir annuler toutes les autres. Certaines X auraient également des choses en commun avec les O, si seulement elles avaient l'occasion de parler seules avec elles.

Les X s'inquiètent des conséquences que la présence des O a pour elles : pourront-elles, ou pas, s'amuser entre elles (et même se moquer des O peut-être) ? Devront-elles attendre que les O s'intègrent à leur groupe ? Devront-elles accepter que O agisse, mange, chante, pense différemment ? Devront-elles changer leur façon de vivre, leur culture ?

Les X ont besoin de se sentir en sécurité, et elles vantent souvent leur culture, pour rappeler à O toute sa diversité. Et voilà des préjugés : O devrait rester avec les autres O, et les X devront faire leurs affaires toutes seules.

Parfois, les X n'acceptent plus O ; pendant que les X s'entraident, O reste toute seule, sans personne pour l'aider. O est donc marginalisée par le groupe des X. O a besoin de sortir de cette marginalisation, et de se faire accepter par le groupe social des X.

X acceptera O à condition que :

- Ce soit une O exceptionnelle, une O superstar ;
- O apprenne à penser comme une X ;
- O soit reconnaissante envers les X, et qu'elle soit la première à critiquer les autres O. La critique de O adressée à ses camarades permet aux X de se féliciter d'avoir accueilli O, car il s'agit d'une exception : « les O ne peuvent pas toutes faire partie du groupe des X ».

Et les O, et les X sont mal à l'aise. Certaines X voudraient aider les O, mais elles ne savent que faire. Si un plus grand nombre de O remarque ce qui se passe, et apprend à parler aux X, et un plus grand nombre de X comprend ce qui se passe et ne se laisse pas envahir par la peur, toutes ensemble, elles pourront agir plus efficacement pour éliminer les problèmes, et transformer la diversité en ressource.

Phase 6, Raisonnement sur les dynamiques de groupe - Travailler à deux

Deux par deux, faire parler les participants, 5 minutes chacun, à partir de quelques questions :
Se sont-ils déjà sentis comme une X ? Quand ?
Qu'ont-ils éprouvé dans de telles circonstances ?

Phase 7, Débriefing et conclusion

Demander aux participants d'échanger leurs réflexions sur ce qu'ils viennent de faire. Leur demander ce qui a été plus difficile pour eux, se sentir X ou O.

2. La pyramide de la haine⁷

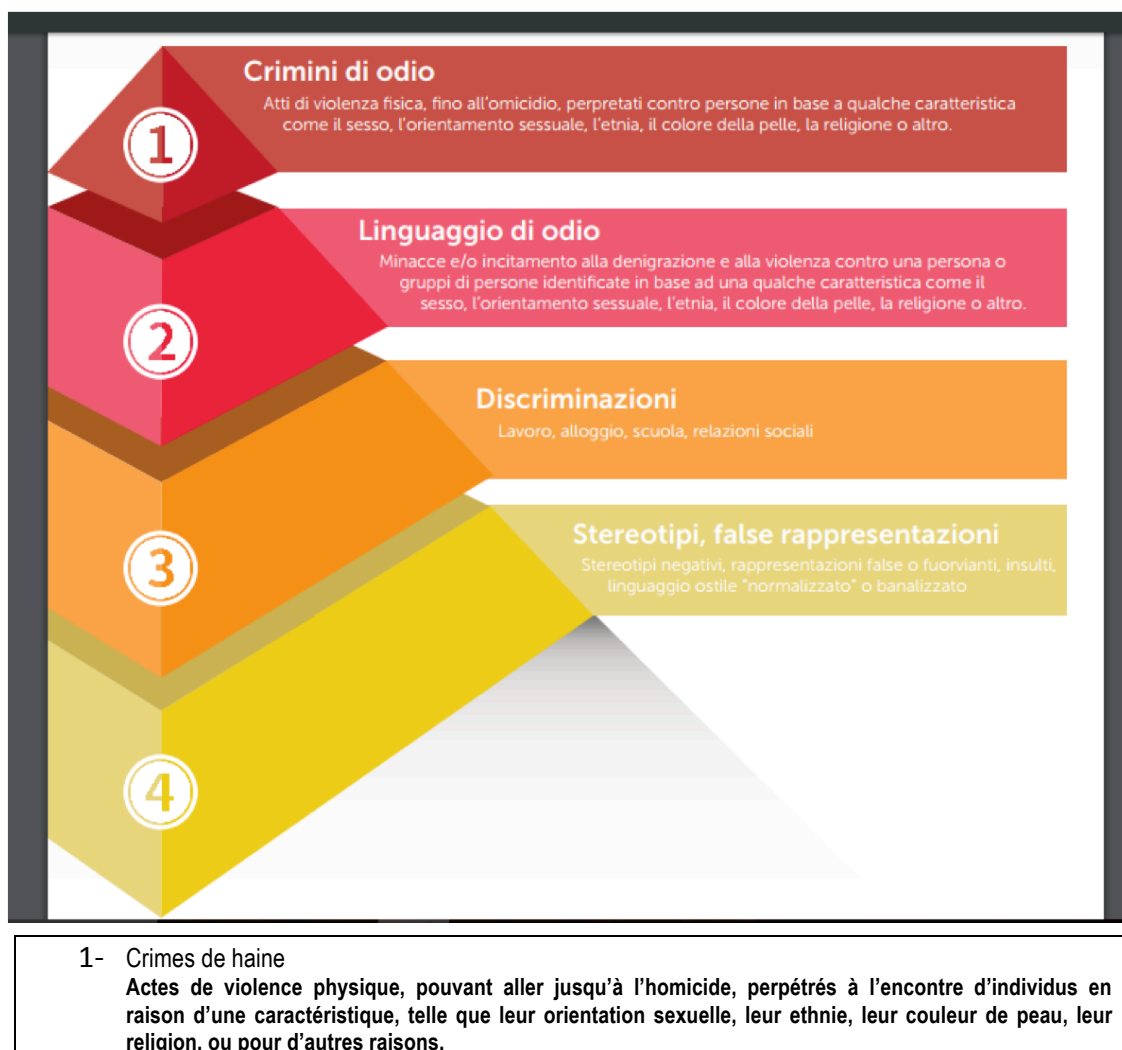
Objectifs

- Débat sur les causes et les conséquences de l'exclusion ;
- Réfléchir aux phases à travers lesquelles la diversité se développe, et le mépris, puis la haine sont encouragés envers les autres ;
- Partager certaines expériences personnelles, en réfléchissant au fait que les mécanismes d'exclusion et de discrimination font partie de notre quotidien ;

Durée moyenne de l'activité : 60 minutes

Matériel à utiliser

- 2 affiches
- Feutres
- Post-it



- | | |
|----|---|
| 2- | Langage de haine
Menaces et/ou incitations au dénigrement et à la violence envers un individu ou un groupe d'individus choisis en raison d'une caractéristique, telle que leur orientation sexuelle, leur ethnie, leur couleur de peau, leur religion, ou pour d'autres raisons. |
| 3- | Discriminations
Travail, logement, école, rapports sociaux |
| 4- | Stéréotypes, fausses représentations
Stéréotypes négatifs, fausses représentations ou représentations trompeuses, insultes, langage hostile « normalisé » ou banalisé |

Figure n°...

Réalisation

Phase 1, Construction de la pyramide de la haine

Bâtir la pyramide de la haine (voir l'exemple de la figure n° x) avec les participants. Dessiner la forme d'une pyramide sur une affiche ou au tableau, y compris les différentes phases. Identifier ensuite avec eux les attitudes et les comportements relatifs aux différentes étapes (par exemple, à votre avis, que sont les *attitudes basées sur les préjugés* ? Et ainsi de suite). Réfléchir ainsi ensemble pour chaque étape.

Phase 2, Écris ton expérience sur un post-it

Après avoir complété la pyramide, donner un post-it à chaque participant, afin qu'ils y écrivent, à l'aide d'un seul mot-clé éventuellement, une expérience qu'ils ont vécu dans des contextes tels que ceux qui sont décrits dans la pyramide. Ils peuvent avoir été de simples témoins des faits, en avoir été victimes ou auteurs. Les post-it doivent être anonymes.

Placer les post-it au milieu du cercle ou sur une affiche.

Phase 3, Quelle est notre place

Prendre les post-it (il suffit d'en choisir quelques-uns qui soient représentatifs de ce qui a été raconté), et essayer ensemble de les placer (de toute façon, ils sont anonymes) sur le bon échelon de la pyramide (moqueries, marginalisation, violence). Il sera ainsi possible de comprendre quelle est notre place sur cette pyramide, avec nos expériences.

Fixer les post-it qui relatent des situations où l'on a été simplement témoin des faits en dehors de la pyramide, au niveau de l'échelon correspondant.

Phase 4, La société

En partant des deux extrémités de la base de la pyramide, tracer deux lignes perpendiculaires à la base jusqu'au niveau de la pointe, puis tracer une ligne horizontale en haut, pour fermer le rectangle, il est possible ainsi de faire un raisonnement concernant les deux espaces vides sur les côtés de la pyramide : c'est là que se trouvent les observateurs. On peut donc voir, et y réfléchir, que plus on monte d'un échelon à l'autre, moins il y a de gens qui agissent directement, et toujours plus de gens qui observent. Discuter avec les participants des différents niveaux de responsabilité : celui/celle qui n'agit pas, mais qui assiste à des faits, à quel point est-il/elle responsable de ce qui se passe, selon eux ?

Phase 5, Conclusions

Quelle est l'importance de se décider à intervenir ? Faire le point rapidement sur les choix que l'on fait, changer simplement de langage peut représenter un premier pas pour lutter contre l'exclusion.

3. Trois minutes de jeu, s'habituer à lire

Objectifs

- Réfléchir à l'importance de lire suffisamment attentivement ce qu'on a sous les yeux pour comprendre ce qui est écrit, un article de journal, une nouvelle publiée sur les réseaux sociaux et le message qui y est communiqué ;
- Raisonner ensemble sur la diffusion des nouvelles en ligne.

Durée moyenne de l'activité : 15 minutes

Matériel à utiliser

Fiches « exercice en 3 minutes », une fiche par participant.

Exercice en 3 minutes

- 1) Tout d'abord, lisez attentivement chaque élément de cet exercice
- 2) Écrivez votre nom en haut à droite sur la feuille
- 3) Tracez un cercle autour de votre nom selon la consigne au point précédent
- 4) Dessinez 5 petits cercles en haut à gauche sur la feuille
- 5) Tracer un X dans chaque cercle
- 6) Encadrez chaque cercle avec un carré
- 7) Écrivez votre nom de famille sous le titre de cette feuille
- 8) Dessinez une fleur à côté du titre, à droite
- 9) A côté du titre, écrivez : Oui, Oui, Oui
- 10) Tracez un cercle autour de la consigne n°4
- 11) Dessinez un X en bas à gauche sur la feuille
- 12) Tracez un triangle autour du X que vous venez de dessiner
- 13) Multipliez 125x33 au verso de la feuille
- 14) Tracez un cercle autour du mot feuille dans la consigne n°4
- 15) Quand vous arrivez ici, prononcez votre nom à voix haute
- 16) Si vous pensez avoir suivi à la lettre les consignes jusqu'à présent, prononcez « OUI » à voix haute
- 17) Au verso de la feuille, calculez $1452+3687$
- 18) Tracez un cercle autour du résultat de l'addition, puis tracez un carré autour du cercle
- 19) Dessinez une hirondelle au verso de la feuille
- 20) ConteZ, en parlant normalement, de 1 à 5 et vice versa
- 21) Dessinez trois petits points avec votre stylo dans la partie basse à gauche de la feuille
- 22) Tracez une ligne reliant les trois points que vous venez de dessiner
- 23) Dessinez au verso de la feuille, un nuage et le soleil à côté de l'hirondelle
- 24) Calculez le résultat de l'opération suivante : $\{[(1450-50+1200)/36]*21=$
- 25) Bien, et maintenant, relisez la consigne au point 1, ne faites rien d'autre. Les consignes du point 2 au point 24 ne doivent pas être mises en œuvre. Posez votre feuille et attendez la fin des trois minutes.

Figure n°...

Réalisation

Phase 1, exercice

Distribuer à chaque participant une copie de la fiche « exercice en 3 minutes », face vers le bas, afin que personne ne commence à lire avant que vous ne les ayez distribuées à tout le monde. Quand tout le monde a la fiche d'exercice, faire partir le minuteur et laisser les participants travailler. En donnant le feu vert, souligner le fait qu'il s'agit d'une compétition.

Phase 2, Débriefing

Demander aux participants « comment ça s'est passé », parler des difficultés rencontrées pour finir l'exercice en trois minutes, et relire les consignes, ensemble.

Dialoguer avec les participants sur la base de quelques questions :

- Pourquoi ont-ils commencé à faire l'exercice, malgré la première consigne ?
- Savoir qu'il s'agissait d'une compétition, les a-t-il incités à se concentrer plus sur l'envie de finir en premier, au lieu de bien faire l'exercice ?
- Combien de fois lit-on de façon distraite ce qui nous tombe sous la main ?
- Parler avec eux de leur manière de s'informer et réfléchir au fait que bien souvent on ne lit que les titres des nouvelles en ligne, sans même regarder l'article. Les titres sont souvent conçus pour attirer les curieux, et ils ne correspondent donc pas toujours précisément à l'information, par conséquent, nous risquons d'obtenir des informations partielles, parce que nous ne sommes plus habitués à lire, à faire attention à ce qui est écrit. De plus, certains titres de journal, lorsqu'on les lit sans réfléchir, ni approfondir, peuvent encourager et alimenter en nous des préjugés.

4. Multitâches

Objectifs

- Vivre une expérience d'identification qui engendre de l'empathie ;
- Réfléchir à notre façon de juger les gens, en apprenant à tenir compte du contexte et des situations dans lesquels les gens vivent, en faisant spécialement référence aux migrants.

Durée moyenne de l'activité : 30 minutes

Matériel à utiliser

Aucun matériel.

Réalisation

Phase 1, Exercice : être multitâches

Partager le groupe en 3 petits groupes : le petit groupe des 1, celui des 2 et celui des 3.

Demander aux chiffres 1 de se lever, demander aux chiffres 2 de se placer en face d'un chiffre 1 (face à face), et aux chiffres 3 de se placer derrière les 2, dans la même direction. On obtiendra ainsi des groupes de 3 personnes, avec une personne ayant une personne en face d'elle et l'autre derrière elle.

Les chiffres 2 seront stimulés différemment, et ils devront réagir rapidement. En effet, les chiffres 1 devront déplacer leur main (vers le haut, vers le bas, à droite, à gauche, etc.) et les chiffres 2 devront la toucher avec leur main. En même temps, les chiffres 3 devront toucher certaines parties du corps des chiffres 2 (épaule, coude, cuisse, genou, dos, nuque, etc.) que les 2 devront nommer à voix haute. Les éducateurs se promènent entre temps dans la salle, en allant poser des questions toutes simples aux chiffres 2, pendant que les autres continuent, mais dans ces conditions, les questions deviennent compliquées : « Comment t'appelles-tu ? Où es-tu allé(e) en vacances l'été dernier ? Pendant combien de jours ? Quelle est la capitale de... ? Quel est le nom des fleuves de ta ville ? » etc.

Inverser les rôles toutes les 5 minutes, afin que chacun puisse faire l'expérience d'être un chiffre 2 pendant 5 minutes.

Phase 2, Débriefing

Former à nouveau un cercle, demander aux participants si l'exercice a été difficile, comment se sont-ils sentis, qu'ont-ils ressenti.

Leur expliquer ensuite que cet exercice tout simple sert à se mettre dans la peau d'une personne qui arrive à l'impromptu dans un pays dont elle ne connaît ni la langue, ni la culture, ni les us et coutumes, et constamment stimulée, elle est désorientée, et même les choses les plus simples deviennent compliquées.

5. Dis-le à voix haute !

Objectifs

- Vérifier que les messages transmis pendant les ateliers ont bien été compris par les participants.
- Voir si certains préjugés persistent, ou s'ils ont été déconstruits ou éradiqués.
- Faire en sorte que chaque participant exprime ce qu'il pense.
- Demander aux participants de rédiger un message qui puisse aller au-delà de leur communauté, qui sache s'adresser aux jeunes de leur âge pour parler de préjugés et des discours de haine.

Durée moyenne de l'activité : **120 minutes**

Matériel à utiliser

- Feuilles
- Stylos
- Post-it
- Portables pour filmer

Phase 1, brainstorming (remue-méninges)

Distribuer un post-it à chaque participant, et leur demander d'écrire des mots clé ou une phrase qui résumait les contenus des activités réalisées, et le sens de ce qu'ils ont fait ensemble.

Les post-it peuvent être anonymes.

Phase 2, lecture des post-it

Lire les post-it ensemble, et parler du travail qui a été fait tout au long du parcours, afin que les participants aient une vision claire des contenus dérivant du travail de groupe.

Phase 3, préparation des interviews

Séparer les participants en groupes de 4 ou 5 personnes, et leur donner la consigne suivante : « Préparer une interview à faire à vos camarades, qui vous permette de mettre en évidence et aborder des thématiques traitées pendant les ateliers. Les interviews peuvent être également un moyen pour transmettre des messages aux personnes qui la regarderont, imaginez donc des questions à poser en fonction des messages que vous aimeriez faire passer. »

Phase 4, partage des questions

Partager toutes les questions au sein du groupe, ajouter éventuellement d'autres questions, et, si nécessaire, les aider à reformuler leurs questions.

Phase 5, prise de vue des interviews

Dès que les questions sont prêtes, chaque groupe pourra choisir un endroit isolé et silencieux (de manière à bien enregistrer le son) pour la prise de vue des interviews : chacun son tour, chaque membre du groupe sera interviewé par les autres, qui poseront les questions et filmeront l'interview.

Phase 6, montage

Après avoir terminé les interviews, le montage pourra être réalisé afin de raconter et transmettre, à travers les voix des participants, les contenus importants et les points de vue du groupe qui a suivi tout le parcours de formation, la perspective des jeunes à propos des contenus du projet.

La vidéo finale pourra servir de matériel utile à divulguer dans le cadre scolaire, et elle pourra également être utilisée dans les ateliers à venir, comme point de départ pour de nouvelles réflexions.

Réalisé sous la direction de Carla Scaramella, ce rapport présente, dans la première partie, une synthèse de l'étude comparative et des rapports nationaux d'analyse qualitative et quantitative concernant le suivi des discours de haine en ligne et les bonnes pratiques de contre-discours, réalisés par les groupes de travail cités ci-après :

- Rapport d'analyse comparative, Edna Gimenez, SOS Racismo (1^{ère} partie) ; Olga Jubany et Malin Roiha, Université de Barcelone (2^{ème} partie).
- Rapport d'analyse de transférabilité des meilleures pratiques identifiées, Gabriele Guazzo et Emiliana Baldoni, Cittalia
- Rapport national Royaume-Uni, Race on the Agenda
- Rapport national France, Fabienne Messica et Françoise Dumont, Ligue des Droits de l'Homme
- Rapport national Espagne, Edna Gimenez, SOS Racismo (1^{ère} partie) ; Olga Jubany et Malin Roiha, Université de Barcelone (2^{ème} partie).
- Rapport national Italie, Gabriele Guazzo et Emiliana Baldoni, Cittalia
- Rapport national Allemagne, Marina Dirks, AWO Arbeit & Qualifizierung GmbH Solingen

De plus, la première partie décrit la phase d'expérimentation du projet, la participation des jeunes élèves au Festival du Cinéma et des Droits de l'Homme de Donostia, sous la direction de Raul Martinez Corcuera et Iris V. Estrada (Université de Vic), ainsi que l'analyse de l'impact et l'évaluation de l'expérience vécue par les jeunes et par les éducateurs, sous la direction de Paola Tola (Social Hub).

La deuxième partie du rapport a été réalisée sous la direction de Elena Bissaca, Francesca Maria Poli et Davide Toso.

Leur travail s'est inspiré des réflexions nées du dialogue entre les différents membres du groupe international, engagé dans les activités pour les jeunes, citons en particulier :

- Robert Deeks pour Aik Saath (Royaume-Uni),
- Olivier Magnin pour la Ligue de l'Enseignement (France),
- Marina Dirks pour AWO Arbeit & Qualifizierung gGmbH Solingen (Allemagne),
- Loira Manzani et David Arratibel pour SOS / Zazpi t'Erdi Film productions (Espagne).

Nous remercions Francesco Martella et Valentina Roversi, assistants coordinateurs du projet REACT, ainsi que Annarita Pitruzzalla et Ortensia Ferrara, chargées de la campagne de communication.

Nous remercions enfin particulièrement tous les jeunes élèves qui ont participé aux ateliers et leurs enseignants, et naturellement, les éducateurs et les monteurs de vidéos qui les ont guidés dans leur parcours.

Traduit en français par Anna Zecchini
