



# SUPPORT DE FORMATION

Atelier sous régional de renforcement des compétences digitales des journalistes des radios communautaires pour assurer la continuité de leurs activités en temps de crise sécuritaire et de Covid-19 dans la sous-région Afrique centrale.

**Pays : CAMEROUN, TCHAD, RCA**

22-23 Février 2022

**Centre for communication and sustainable development for all (CECOSDA)**

Declaration N° 00001195/RDA/J06/BAPP  
Head office: Yaoundé (Montée Jouvence)  
P.O BOX: 30975 TEL: 222 31 18 75  
Website: [www.cecosda.org](http://www.cecosda.org)  
Email: [infos@cecosda.org](mailto:infos@cecosda.org)

# Sommaire

Contexte et justification.....	3
Cible principale .....	3
Objectif général .....	4
Objectifs spécifiques .....	4
Méthodologie.....	4
<b>Première session .....</b>	<b>5</b>
<b>Le journalisme mobile sur les réseaux sociaux et la loi en RCA, au Cameroun, au TCHAD .....</b>	<b>5</b>
1. Introduction .....	6
2. Le journalisme mobile sur les réseaux sociaux et la loi en RCA .....	6
3. Le journalisme mobile sur les réseaux sociaux et la loi au CAMEROUN.....	7
4. Le journalisme mobile sur les réseaux sociaux et la loi au TCHAD.....	7
<b>Deuxième session .....</b>	<b>9</b>
<b>Comment faire du journalisme mobile pour sensibiliser sa communauté en temps de crise cas du COVID-19 .....</b>	<b>9</b>
1. Comment utiliser le digital pour continuer son travail de journaliste en temps de crise sécuritaire et de COVID-19.....	10
2. Comment utiliser son Smartphone pour monter une image de sensibilisation de sa communauté	11
<b>Troisième session .....</b>	<b>16</b>
<b>Comment utiliser le digital pour diffuser les informations sur sa communauté.....</b>	<b>16</b>
1. Utilisation de WHATSAPP BUSINESS à des fins de communication communautaire notamment sur la COVID-19 .....	17
2. Comment monter une vidéo de sensibilisation/information de sa communauté en utilisant son Smartphone.....	19
3. Comment animer le WhatsApp business de sa radio communautaire.....	22
<b>ANNEXES .....</b>	<b>23</b>

### Contexte et justification

Le Programme international pour le développement de la communication en abrégé PIDC est un programme multilatéral de l'UNESCO créé en 1980. Ce programme est le seul forum multilatéral du système des Nations unies ayant pour objectif de mobiliser la communauté internationale pour débattre et assurer le progrès des médias dans les pays en développement. Non seulement ce Programme apporte une assistance aux projets relatifs aux médias, mais il vise également à établir les conditions favorables à l'essor de médias libres et pluralistes dans les pays en développement.

Le Centre pour la communication et le développement durable pour tous en abrégé CECOSDA est une organisation non gouvernementale apolitique créée en 2011 par un groupe de volontaires spécialisés dans la Communication pour le développement (C4D), dans l'optique d'apporter leur pierre à l'édifice de construction d'un monde durable.

La sous-région Afrique Centrale, en particulier le Cameroun, la RCA et le Tchad, est actuellement en proie à une double crise sécuritaire et sanitaire ; d'une part les conflits armés, et d'autre part la grave pandémie de COVID-19. Cette double crise a compliqué le travail des journalistes des Radios Communautaires qui ont de plus en plus du mal à assurer la collecte et la diffusion des informations depuis les villages enclavés frappés par la crise sanitaire et les conflits. En plus des intimidations des combattants des conflits armés contre les journalistes, les mesures barrières anti-COVID-19 sont venues limiter l'action des journalistes communautaires sur le terrain et dans les radios. Pour permettre à ces journalistes de continuer à avoir l'impact sur leurs auditeurs et par extension leurs communautés, le digital s'avère être une alternative efficace non seulement pour les journalistes des Radios Communautaires mais pour tous les journalistes travaillant dans les zones de conflits. Le CECOSDA, à travers son réseau *Green Alert Network* travaille depuis plusieurs années à **renforcer les compétences digitales des journalistes des radios Communautaires**.

### Cible principale

Les journalistes des radios communautaires sont la cible principale du projet avec une représentativité relative de 60% de femmes et 40% d'hommes.

Le CECOSDA estime que le renforcement des capacités des journalistes communautaires sur le numérique est une alternative efficace pour assurer la continuité de l'information en temps de crise. Mais, pour être efficaces, les journalistes et les animateurs ruraux de ces radios communautaires doivent être dotés de connaissances spécifiques sur le digital en contexte de crise sécuritaire et COVID-19. Le projet vise toutes les radios communautaires qui opèrent dans les régions de crise sécuritaire et des régions qui accueillent des réfugiés internes et externes au Cameroun, au Tchad et en RCA et qui sont actives sur le terrain. L'une des difficultés rencontrées par les radios communautaires au Cameroun et en Centrafrique est que leur réseau est encore très limité, et les conflits armés poussent les radios communautaires à fermer ; ce qui constitue une violation du droit d'accès universel des populations à l'information. Ce projet se concentrera également sur le renforcement de la mise en réseau des radios communautaires, afin qu'elles puissent partager leurs expériences et leurs connaissances entre elles.

## Objectif général

Renforcer les compétences digitales des journalistes des radios communautaires pour assurer la continuité de leurs activités en temps de crise sécuritaire et de COVID-19 au Cameroun, au Tchad et en République Centrafricaine (RCA).

## Objectifs spécifiques

Procéder à la formation des journalistes des radios communautaires sur les aspects suivants :

- Le digital au service des médias communautaires : le cas de Whatsapp Business
- La communication sanitaire : le cas de la COVID-19

## Méthodologie

La démarche entreprise dans la mise en œuvre de cette activité combine plusieurs approches :

- Il s'agira tout d'abord de combiner la participation en présentiel à celle en ligne. Pour les participants du pôle de Yaoundé, une salle de conférence d'un hôtel de la place sera réquisitionnée et les participants de Yaoundé seront encouragés à logés dans le même espace pour suivre l'atelier en présentiel avec l'équipe des facilitateurs et autres experts. Les participants du pôle de N'djamena seront en présentiel dans une salle de la représentation UNESCO du Tchad. Ceux de Bangui seront également en présentiel dans une salle réquisitionnée pour l'occasion dans la ville. Tous suivront l'atelier en ligne avec Yaoundé à partir d'où les modules de formation seront dispensés en visioconférence en échangeant directement avec leurs autres collègues.
- Ensuite des **exposés** ou **présentations sommaires** pour enrichir les connaissances sur le numérique et les enjeux communautaires, ainsi que la communication de crise ;
- Des **exercices pratiques** sur la base des problématiques identifiées seront effectués et pour cela, chaque participant devra être muni d'un smartphone. Le projet se chargera de créditer les téléphones des participants pour l'accès à l'internet dans le cadre de la formation. Pour suivre la mise en pratique des enseignements reçus, un groupe WhatsApp sera créé avec comme administrateurs et animateurs les journalistes communautaires eux-mêmes

# Première session

Le journalisme mobile sur les réseaux sociaux  
et la loi en RCA, au Cameroun, au TCHAD

**Intervenants** : Représentant UNESCO, Conseil National de la Communication,  
Haut-Commissaire de Communication TCHAD, CECOSDA

**Durée** : 02h00

## **1. Introduction**

Les nombreux changements qui ont bouleversé le monde des médias ces dernières années ont très largement impacté les acteurs du secteur. À tel point que ce domaine, pourtant centenaire, connaît à l'heure actuelle une mutation systémique qui fait trembler les professionnels du monde des médias.

Le journaliste est le créateur, la source et le conteur des informations et actualités qui nous parviennent. En ces temps agités, c'est donc logiquement lui qui est le plus impacté par les mutations touchant les médias, mais c'est aussi et surtout lui qui paie le plus lourd tribut de la « nouvelle donne ». Avec l'avènement de la société de l'information depuis plusieurs décennies et l'accélération de l'impératif de temps réel ces dernières années, le métier de journaliste se trouve totalement bouleversé par les évolutions récentes : que ce soit sa façon de rapporter l'information, celle de la diffuser ou même celle de la récupérer, le journaliste doit aujourd'hui s'adapter et évoluer afin de répondre aux attentes de ce qui pourrait être qualifié de néo-journalisme.

## **2. Le journalisme mobile sur les réseaux sociaux et la loi en RCA**

La loi N°020-027, votée le 31 novembre et promulguée le 21 décembre 2020, vient d'être présentée aux participants pendant lors d'un atelier de 3 jours, pouvant leur permettre de connaître le contenu avant qu'elle ne s'applique dans le secteur de la communication. Cependant, dans la présente loi qui remplace l'ancienne loi N° 05.007 du 22 février 2005 relative à la liberté de communication en Centrafrique, quelques erreurs matérielles ont été détectées dans la nouvelle loi par des experts ainsi que des nouveautés à apporter à la présente loi.

José Richard POUAMBI, président du Haut-Conseil de la Communication (HCC) souligne d'emblée que la nouvelle loi sur la liberté de communication est méconnue par des journalistes et du rang public. « Il est donc nécessaire de la rendre officielle. C'est ainsi que les journalistes des médias publics et privés, des responsables des organisations professionnelles des médias et des responsables des ONG ont été conviés pour leur délivrer le contenu de cette loi. Mais les experts retenus ont descellés quelques erreurs matérielles qui feront l'objet du recours auprès du gouvernement pour d'éventuelles corrections. En plus, de nouvelles dispositions ont été prises, tenant compte des informations sur les réseaux sociaux ce qui n'était pas prévue dans l'ancienne loi », a-t-il fait savoir.

La question de la condition de délivrance de la carte de presse aux professionnels des médias était l'objet du débat pendant la session. Les journalistes se sont rendus compte de certains aspects de leur métier qui ne sont pas pris en compte et ont proposé des amendements au HCC pour pouvoir améliorer leur condition de travail.

Toute publication ou diffusion allant à l'encontre des bonnes mœurs ou pouvant troubler l'ordre public est durement sanctionnée par la nouvelle loi qui vient régir le secteur de la communication en Centrafrique.

### **3. Le journalisme mobile sur les réseaux sociaux et la loi au CAMEROUN**

La loi sur la cyber criminalité/sécurité au Cameroun, en vigueur depuis le 21 décembre 2010, prévoit en son article 78 (1) que : « est puni d'un emprisonnement de six (06) mois à deux (02) ans et d'une amende de 5 000 000 (cinq millions) FCFA ou de l'une de ces peines seulement, celui qui publie ou propage par voie de communications électroniques ou d'un système d'information, une nouvelle sans apporter la preuve de véracité ou justifier qu'il avait de bonnes raisons de croire à la véracité de ladite nouvelle ». « Les peines prévues à l'alinéa 1 ci-dessus sont doublées lorsque l'infraction est commise dans le but de porter atteinte à la paix publique » précise pour sa part, l'alinéa 2 du même texte.

Pour éviter tout désagrément, l'agence Nationale des Technologies de l'Information et de la Communication (ANTIC) invite les populations à taper le code \*063# qui « fournira les dernières informations et conseils du gouvernement sur l'épidémie actuelle de coronavirus Covid-19 au Cameroun ».

Pr. Ebot Ebot Enaw, Directeur Général de l'ANTIC, intervenant dans les colonnes de Cameroon Tribune, prévient qu'il est question d'informer les gens que ces pratiques sont réprimées par la loi, d'autant plus que ces personnes sont repérables et identifiables.

Avant l'ANTIC, le Ministre de la Communication a rappelé dans un tweet que l'heure n'est pas aux plaisanteries irresponsables », au sujet du Covid-19, invitant les auteurs de fausses nouvelles sur le traitement de la maladie à y mettre un terme.

### **4. Le journalisme mobile sur les réseaux sociaux et la loi au TCHAD**

La Haute autorité des médias et de l'audiovisuel (HAMA) a été créée par la Constitution, promulguée le 04 mai de 2018, qui la consacre dans son Titre 11 et qui lui reconnaît à l'article 179, le statut d'autorité administrative indépendante. C'est dans la Constitution également que sont définies les missions de la HAMA, ainsi que le mode de désignation de ses membres ; La loi N° 32/PR/2018 du 03 décembre 2018 portant ratification de l'Ordonnance N° 016/PR/2018 portant attributions, organisation et fonctionnement de la HAMA : elle est la pierre angulaire de l'existence de la HAMA parce que c'est elle qui organise son fonctionnement et donne un cadre légal à ses actions. Cette loi a repris avec précision les dispositions de la Constitution de 2018 afin de faciliter l'exercice des missions qui incombent à l'Institution.

La loi N° 020/PR/2018 du 10 janvier 2019 relative à la Communication audiovisuelle au Tchad : elle encadre l'exercice de la communication audiovisuelle. C'est sur la base de cette loi que la HAMA veille et garantit l'exercice de la liberté d'information et de la communication dans les media audiovisuels. Il en assure le respect à travers les décisions qu'elle prend en cas de violation de ladite loi.

La loi N° 31/PR/2018 du 03 décembre 2018 portant ratification de l'Ordonnance 025/PR/2018 relative au régime de la presse écrite et des media électroniques : elle est le fondement de l'exercice de la presse écrite et des media électroniques au Tchad. La HAMA tire sa légitimité de cette loi quand elle agit dans l'exercice des activités des media écrits et des media électroniques, ainsi que des blogs.

Le Code d'éthique et de déontologie du journaliste tchadien : c'est « la bible » du journaliste tchadien, car toute son action doit obéir et suivre les obligations et droits contenus dans ce code. La HAMA s'appuie également sur ce code dans ses interventions auprès des media même si pour la plupart, elle se fonde sur le cadre légal.

# Deuxième session

Comment faire du journalisme mobile pour sensibiliser sa communauté en temps de crise  
cas du COVID-19

**Intervenants** : Représentant UNESCO, CECOSDA

**Durée** : 02h15

## 1. Comment utiliser le digital pour continuer son travail de journaliste en temps de crise sécuritaire et de COVID-19

Le journaliste est le créateur, la source et le conteur des informations et actualités qui nous parviennent. En ces temps agités, c'est donc logiquement lui qui est le plus impacté par les mutations touchant les médias, mais c'est aussi et surtout lui qui paie le plus lourd tribut de la « nouvelle donne ». Avec l'avènement de la société de l'information depuis plusieurs décennies et l'accélération de l'impératif de temps réel ces dernières années, le métier de journaliste se trouve totalement bouleversé par les évolutions récentes : que ce soit sa façon de **rapporter l'information**, celle de la **diffuser** ou même celle de la **recupérer**, le journaliste doit aujourd'hui s'adapter et évoluer afin de répondre aux attentes de ce qui pourrait être qualifié de néo-journalisme.

Avec l'avènement des médias sociaux, un **journaliste** sur internet utilise forcément des outils comme Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, ou Instagram. Il existe d'autres médias sociaux tel que : les blogs, les wiki etc...

Pour utiliser le digital, le journaliste communautaire doit au préalable :

- Identifier sa cible
- Identifier le canal de communication
- Identifier l'outil de communication approprié

### Quelques exemples de besoins

Si vous voulez...	Il vous faut...	Outils numériques...
<b>Envoyer un article de presse</b>	Communiquer un document en différé par <b>mail</b> , avec une <b>pièce jointe</b>	Gmail Yahoo mail Outlook
<b>Interviewer une élite/expert situé sur un site distant lorsque vous êtes dans un environnement bruyant</b>	Dialoguer en direct par écrit via une <b>messagerie instantanée ou par voix avec un outil d'audio conférence</b>	Facebook Messenger Yahoo Messenger Whatsapp messenger SMS ? Discord Appel GSM
<b>Si voulez organiser une conférence de presse à distance</b>	Organiser une <b>visioconférence</b>	Google meet Skype Zoom
<b>Avoir un avis/commentaire sur un article que vous êtes entrain d'écrire</b>	Utiliser le <b>partage de fichiers</b>	Google docs
<b>Envoyer un fichier lourd( un documentaire/vidéo) collaborateur ou partenaire</b>	<b>Transférer un fichier</b>	<b>WeTransfert</b> <b>DropBox</b> <b>Google Drive</b>
<b>Connaître les disponibilités des membres de votre équipe, pour planifier facilement vos réunions et conférences de rédaction</b>	Lister des disponibilités ou <b>partager des agendas</b>	Google agenda KoAlendar

**Avoir une présence professionnelle sur le web et partager les informations de votre communauté**

Utiliser un ou plusieurs réseaux sociaux

Facebook  
Instagram  
Whatsapp  
Twitter  
Télégram  
Youtube

Plus que tout autre appareil peut-être, les smartphones encouragent la créativité multiplateforme et l'innovation numérique.

Des photos, des vidéos, du son et des graphiques peuvent être créés et montés sur un téléphone et chargés sur les serveurs de salles de rédaction, les plateformes en ligne et les réseaux sociaux directement depuis cet appareil. Vous pouvez également répondre aux sollicitations et aux échanges avec votre audience via des applications de conversations (chat), des applications de messages et des courriels.

Les journalistes qui possèdent ou ont accès à un smartphone, peuvent développer des compétences journalistiques dans la vidéo, la radio, le podcasting, la photographie sans avoir à acquérir de l'équipement traditionnel coûteux. Dans une salle de rédaction entièrement « mojo », cela peut briser les cloisonnements entre les différents services tels que la section des réseaux sociaux et celle de la production vidéo.

Et, bien sûr, votre smartphone est un téléphone – vous pouvez donc l'utiliser pour programmer des entretiens et enregistrer des appels.

Une fois que vous avez compris et adopté cet état d'esprit, vous pouvez tirer le meilleur parti de votre téléphone en tant que studio de production de poche.

## **2. Comment utiliser son Smartphone pour monter une image de sensibilisation de sa communauté – Avec Canva**

Avant de nous lancer dans notre solution en ligne *Canva*, il est important pour nous de voir quelques éléments de base du langage visuel incontournables pour la composition d'un message clair et captivant :

### **✚ LES ÉLÉMENTS CONCEPTUELS**

Ils relèvent de l'idée: point, ligne (orienter une information, faire ressortir ou insister sur un mot), forme (cadrer une photo de façon intéressante, symboliser une idée. Ex : la forme du cœur symbolise l'amour), volume

### **✚ LES ÉLÉMENTS RELATIONNELS**

On parle ici de composition : les éléments sont mis en relation et arrangés sur un format donné. On parle encore de sens et on y retrouve certains variables visuels tels que la direction, la position, l'espace (donner à l'œil un support visuel), la gravité, le rythme.

### LES ÉLÉMENTS VISUELS

Ils sont plus concrets et ont un sens variable : taille (montrer quels sont les éléments les plus importants en les mettant plus gros), texture (créer un lien entre l'image et son fond), forme (shape), valeur, couleur (mettre en valeur un texte important, attirer l'œil).

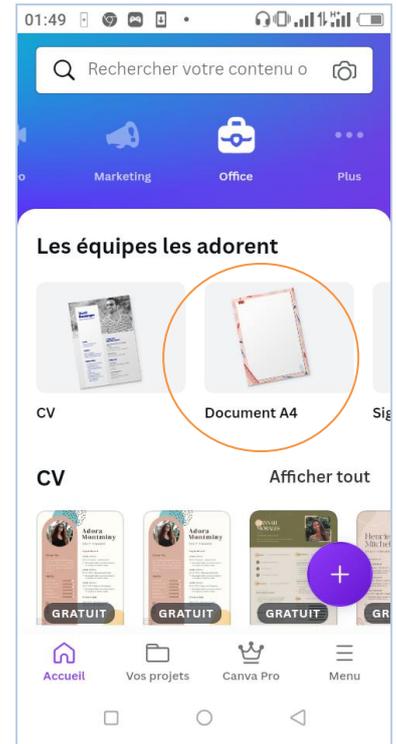
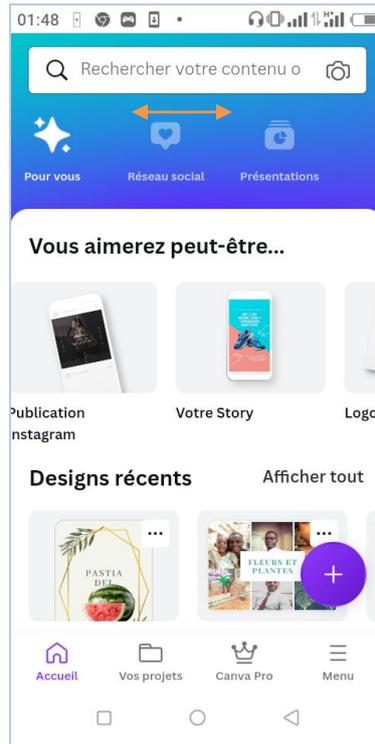
### LES ÉLÉMENTS PRATIQUES

Représentation, sens, fonction (informer, documenter, vendre)

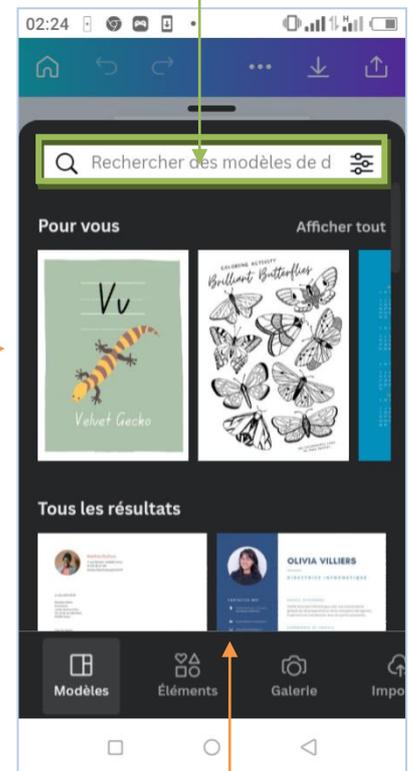
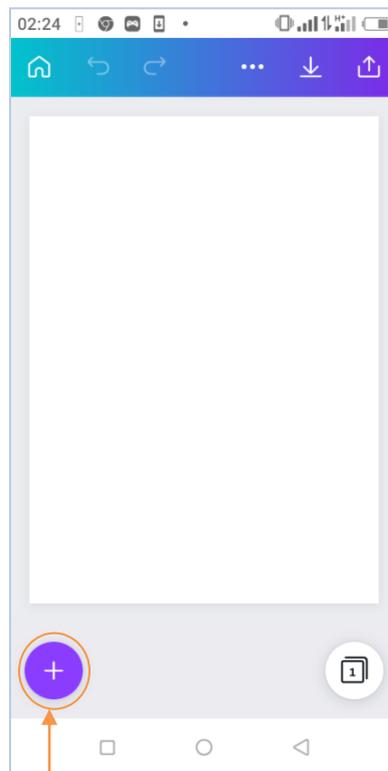
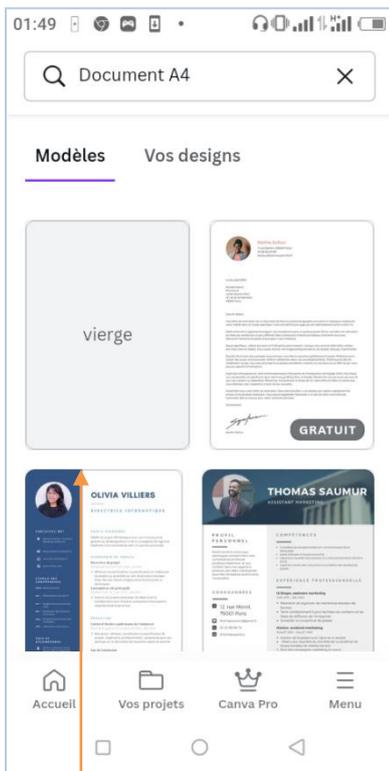
### **PRISE EN MAIN DE L'APPLICATION CANVA**

*Canva*, est une solution efficace pour la création et l'édition des contenus image et vidéo en ligne.

CHOISIR « OFFICE »



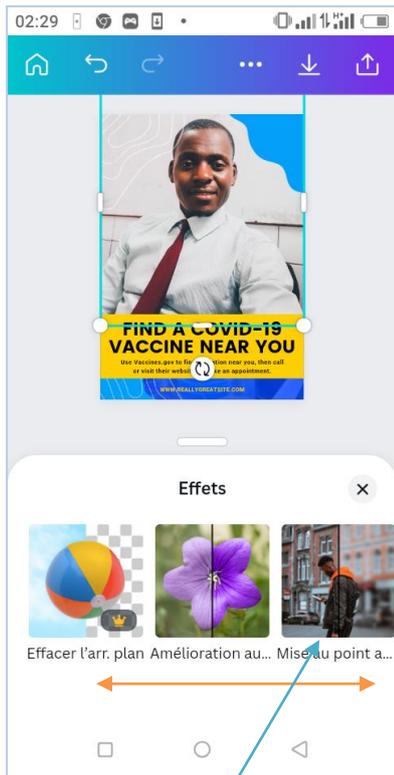
RECHERCHER UN MODÈLE



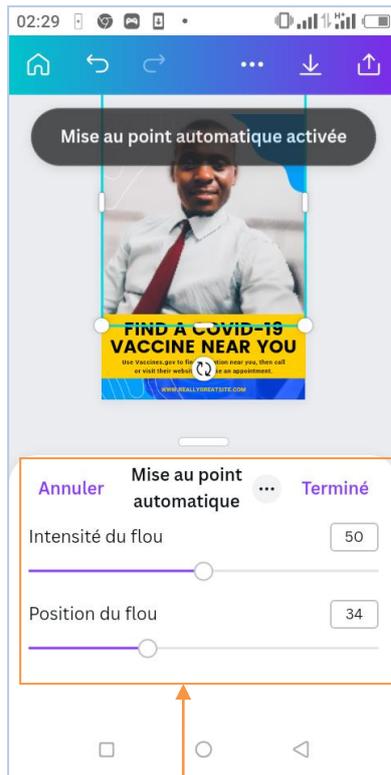
CHOISIR « VIERGE »

APPUYER POUR AJOUTER UN MODÈLE

CHOISIR UN MODÈLE



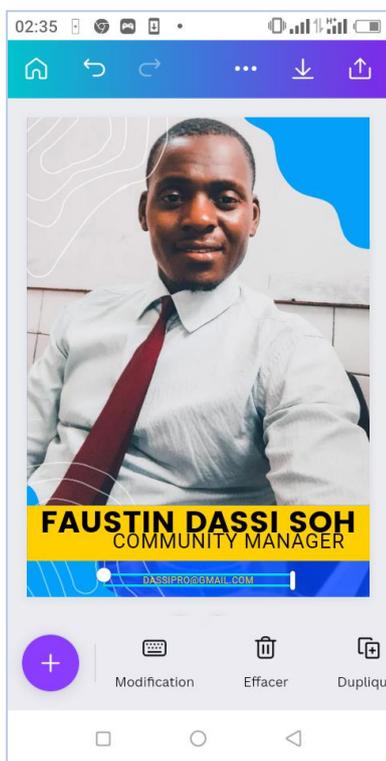
CHOISIR UN EFFET



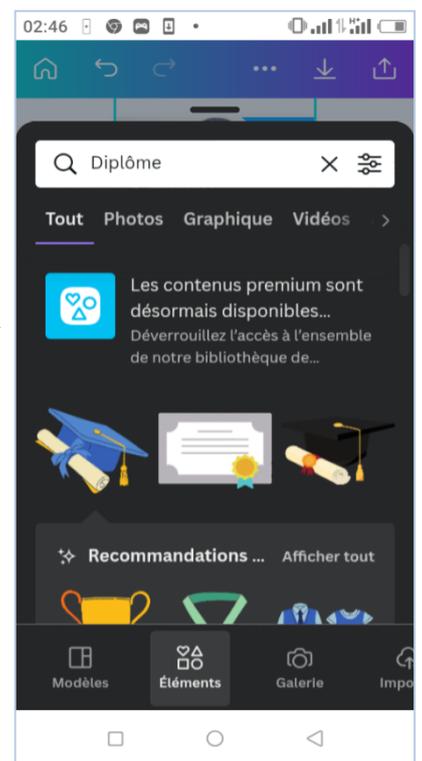
RÉGLAGES D'EFFETS

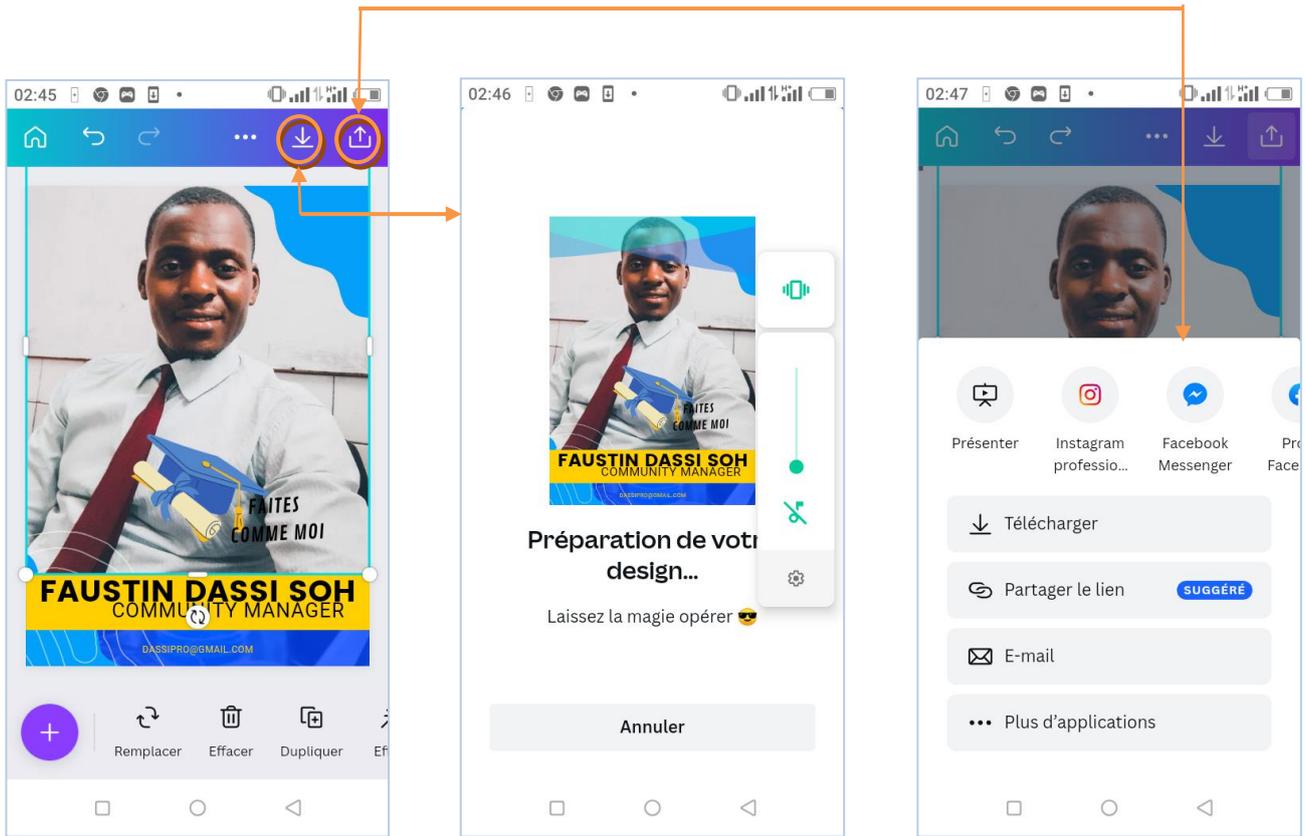


SÉLECTIONNER ET MODIFIER LE TEXTE



RECHERCHER ET AJOUTER LE MASQUE





# Troisième session

Comment utiliser le digital pour diffuser les informations sur sa communauté

**Intervenants** : Représentant UNESCO, CECOSDA

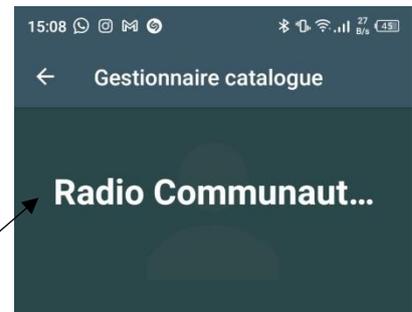
**Durée** : 02h30

## 1. Utilisation de WHATSAPP BUSINESS à des fins de communication communautaire notamment sur la COVID-19

### Le Catalogue

Le catalogue permet aux clients actuels et potentiels de consulter les produits ou services d'une entreprise, et de prendre contact avec elle. Les clients peuvent choisir un produit ou service qui les intéresse et le partager avec leurs contacts, ou envoyer un message à l'entreprise pour poser des questions.

Nom de votre radio communautaire



#### Créez un catalogue

Envoyez des produits et services à vos clients et économisez de l'espace sur votre téléphone.

En utilisant cette fonctionnalité, vous utilisez un produit Facebook et acceptez que les Conditions commerciales de Facebook ainsi que les Politiques commerciales de WhatsApp s'appliquent.

Cliquez ici pour ajouter un produit à catalogue



### Le statut

Le statut vous permet de partager des mises à jour avec du texte, des photos, des vidéos et des GIF qui disparaissent au bout de 24 heures, et qui sont également chiffrées de bout en bout. Afin d'envoyer à vos contacts et de recevoir de vos contacts les mises à jour de statut, vous et vos contacts devez avoir le numéro de chacun enregistré dans le carnet d'adresses de vos téléphones respectifs.

*NB : Un message texte sur un statut ne peut excéder 700 caractères*

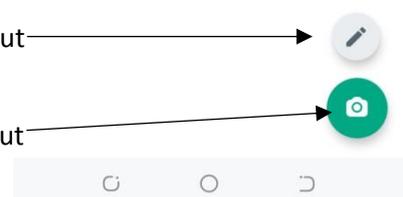
Cliquez ici pour consulter tous vos statuts déjà postés



Mon statut  
Appuyez pour ajouter un statut

Cliquez ici pour écrire un texte à mettre en statut

Cliquez ici pour choisir une image à mettre en statut

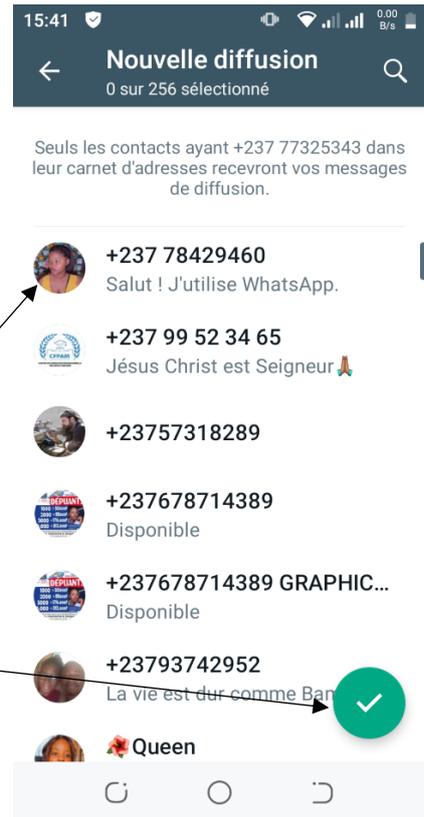


### Liste de diffusion

Avec la fonctionnalité «Liste de diffusion», vous pouvez envoyer un message à plusieurs contacts à la fois. Les listes de diffusion sont des listes enregistrées composées de destinataires auxquels vous pouvez envoyer des messages de diffusion, sans avoir à les sélectionner à nouveau à chaque fois que vous voulez leur envoyer un message.

Cliquer sur un contact pour l'ajouter à votre liste de diffusion

Cliquez ici pour valider votre liste de diffusion



### Les étiquettes

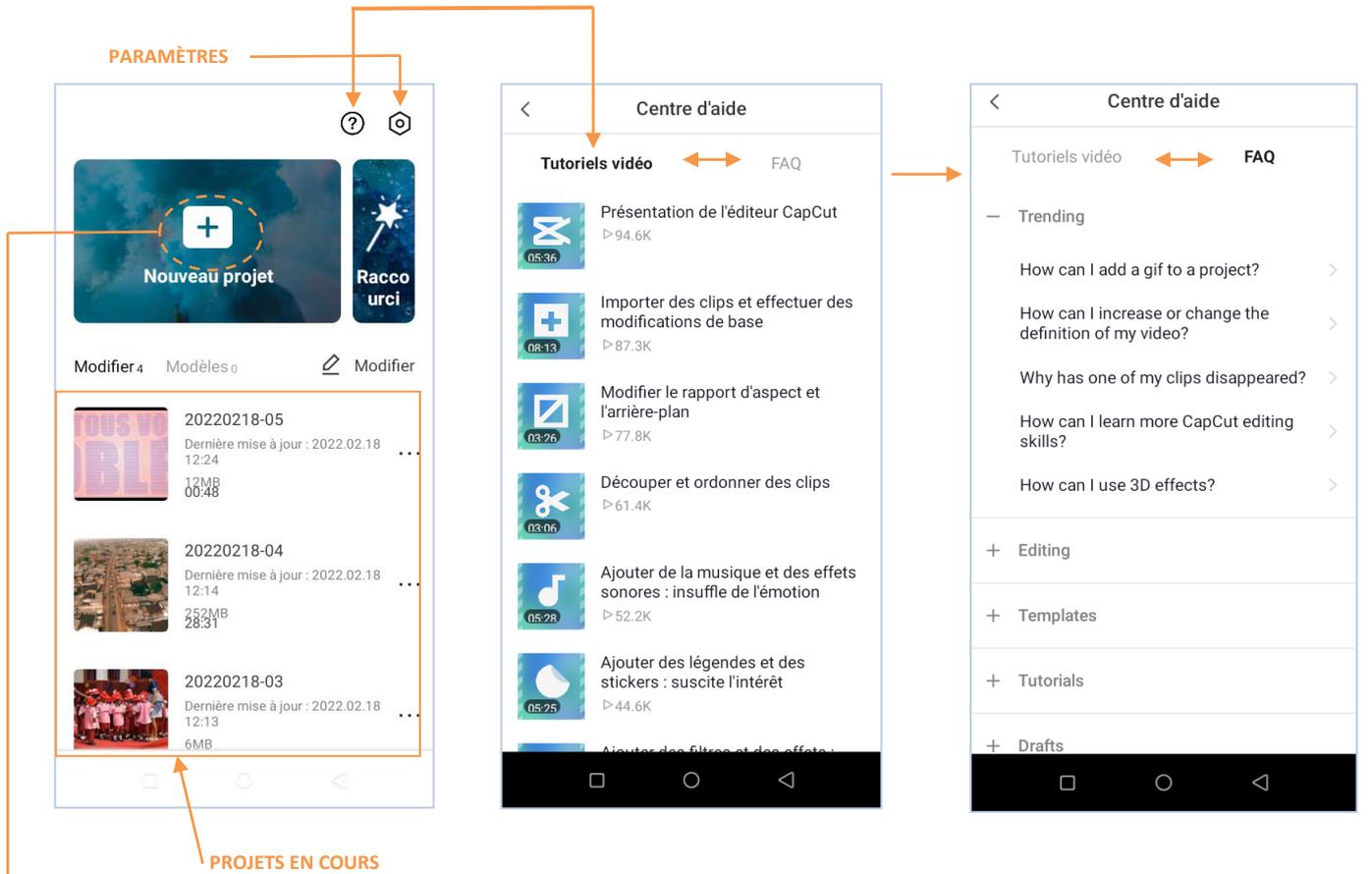
Les étiquettes peuvent vous aider à organiser et à trouver facilement vos discussions et messages. Vous pouvez créer des étiquettes avec des couleurs ou des noms différents et les ajouter à une discussion, à un groupe ou aux messages d'une discussion.

*NB : Les couleurs des étiquettes sont générées automatiquement.*

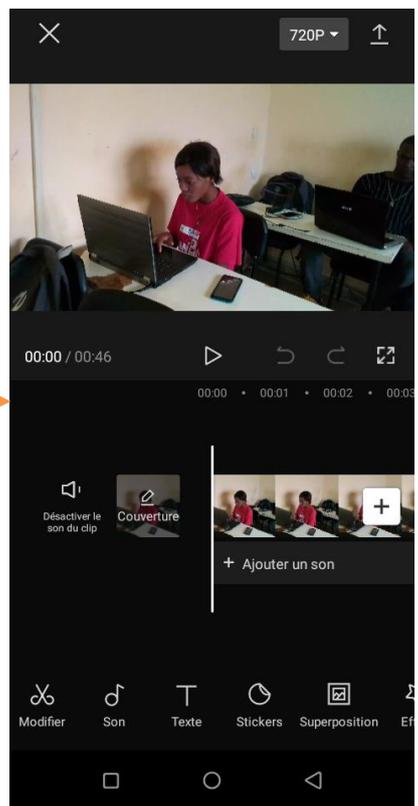
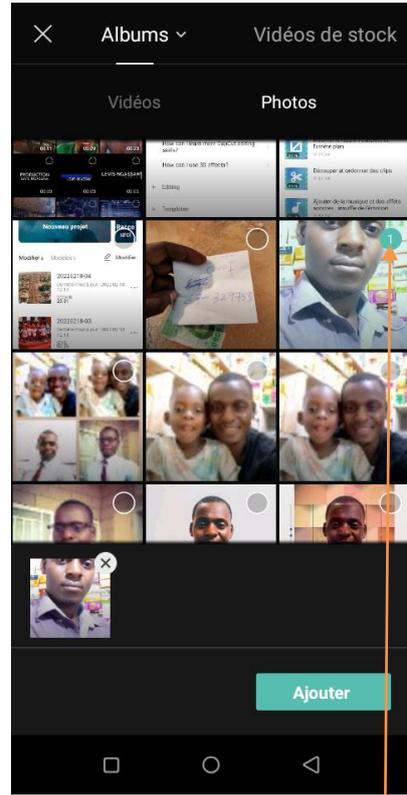
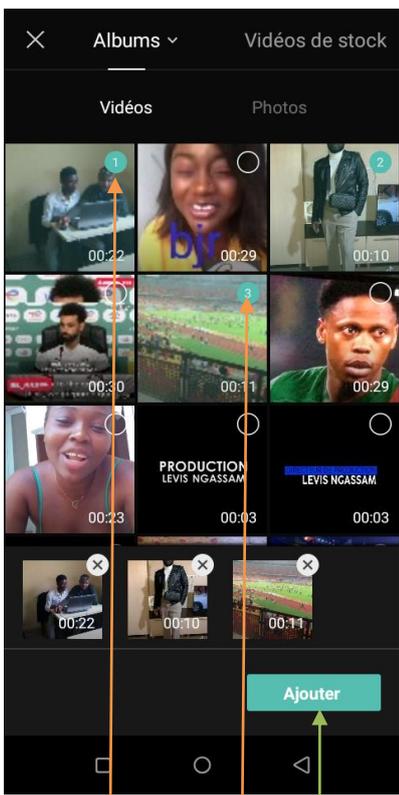
Cliquez ici pour créer une nouvelle étiquette



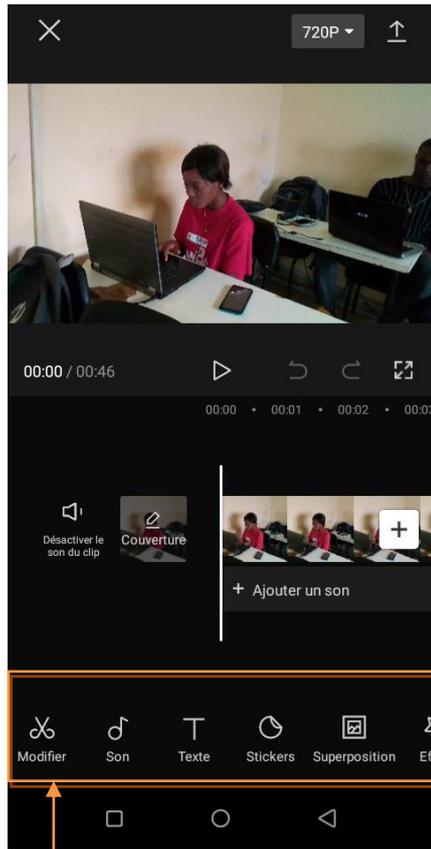
**2. Comment monter une vidéo de sensibilisation/information de sa communauté en utilisant son Smartphone**



**CRÉER UN NOUVEAU PROJETS**



APPUYER ET MAINTENIR SUR LA VIDÉO  
POUR AFFICHER LES OPTIONS D'ÉDITION



OPTIONS D'ÉDITION DU MONTAGE

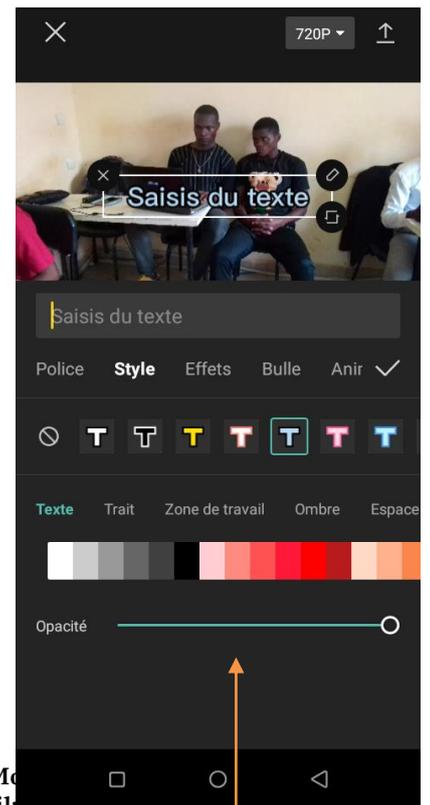
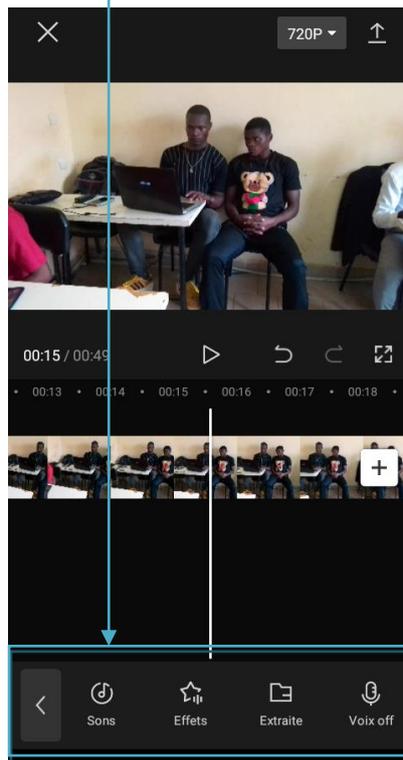
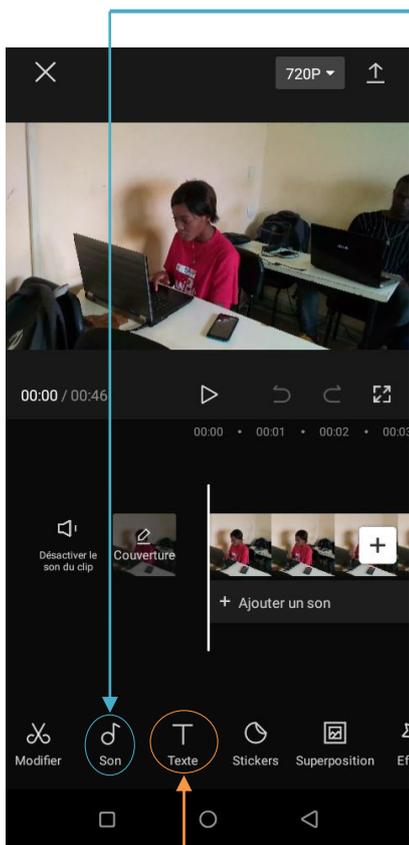
VOUS POUVEZ MODIFIER, AJOUTER DU SON, TEXTES, STICKERS, SUPERPOSITIONS, EFFETS, FILTRES, AJUSTER LE FORMAT DE LA VIDÉO.

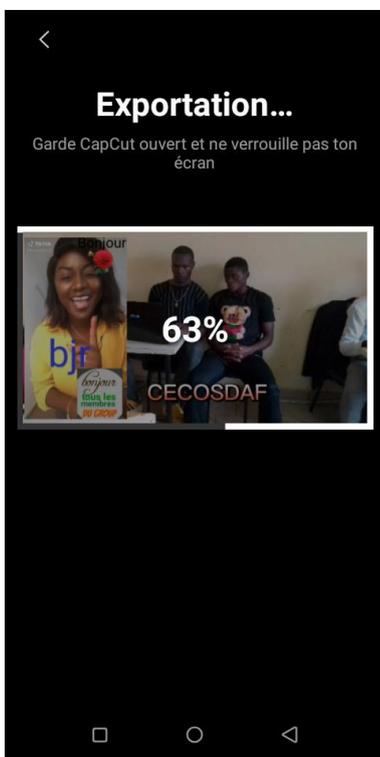
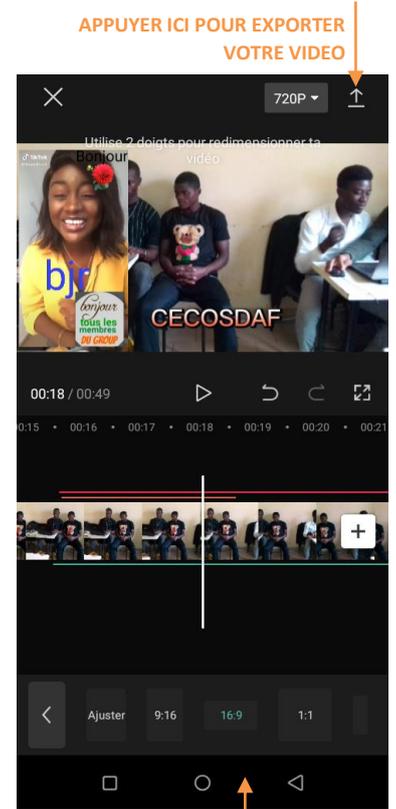


OPTIONS D'ÉDITION DE LA VIDÉO

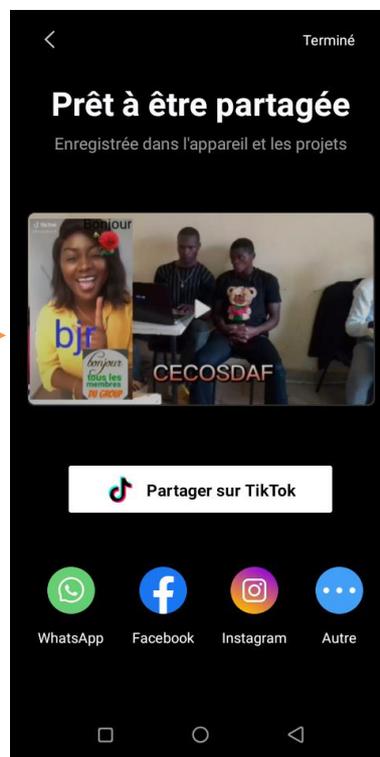
VOUS POUVEZ DIVISER VOTRE VIDÉO, AJUSTER LA VITESSE, GÉRER LE VOLUME, ANIMER, SUPPRIMER...

RÉGLER LA RÉOLUTION ET LA FRÉQUENCE DES IMAGES

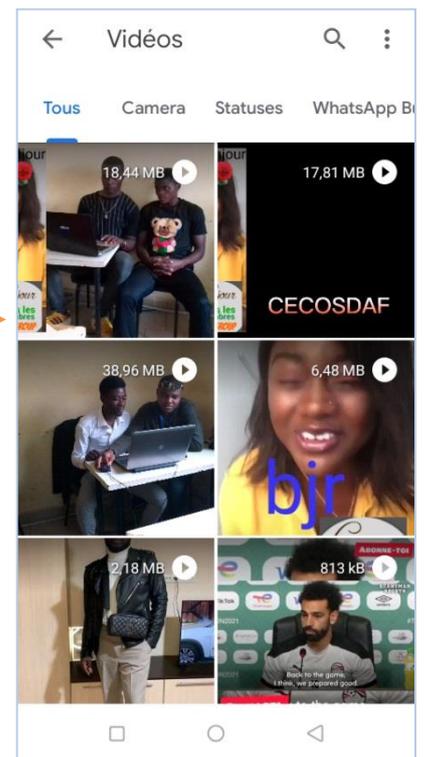




EXPORTATION ENCOURS...



EXPORTATION TERMINEE VOUS POUVEZ LIRE OU PARTAGER VOTRE VIDEO



RETROUVER VOTRE VIDÉO DANS VOTRE GALERIE

### **3. Comment animer le WhatsApp business de sa radio communautaire**

Pour animer votre WhatsApp Business (WB), vous devez bien connaître votre cible. Les outils mis à votre disposition par Whatsapp sont :

#### Les statuts :

Votre imagination vous permet certainement d'animer votre statut WB cependant pour assurer une certaine régularité et une organisation dans son animation vous devez respecter l'ordre suivant dans les posts :

- Informations nouvelles sur vos produits (nouvelles émissions, nouveaux invités, nouvelle actualité)
- Le booster (pour attirer même les individus hors de votre public cible)
- La sensibilisation/éducation sur vos produits
- Les astuces/informations utiles

#### La liste de diffusion

Elle vous permet d'envoyer une information à plusieurs personnes sans pour autant les réunir dans un même groupe. Vous avez la possibilité de définir plusieurs listes de diffusion en fonction du niveau d'information que vous souhaitez transmettre, et des cibles concernées.

#### Le groupe de discussion

Autour d'un thème, le groupe de discussion vous aidera à mettre ensemble les personnes partageant un même centre d'intérêt et apprenants les uns des expériences des autres.

**ANNEXES****Liens utilisés**

- <https://faq.whatsapp.com/>
- [Covid-19 : l'Antic en guerre contre la propagation des fausses informations](#)
- [https://www.hirondelle.org/media/k2/attachments/1075\\_Journalisme\\_Desinformation\\_UNESCO\\_Fondation\\_Hirondelle.pdf](https://www.hirondelle.org/media/k2/attachments/1075_Journalisme_Desinformation_UNESCO_Fondation_Hirondelle.pdf)
- <https://www.mojo-manual.org/fr/comprendre-le-journalisme-mobile/>