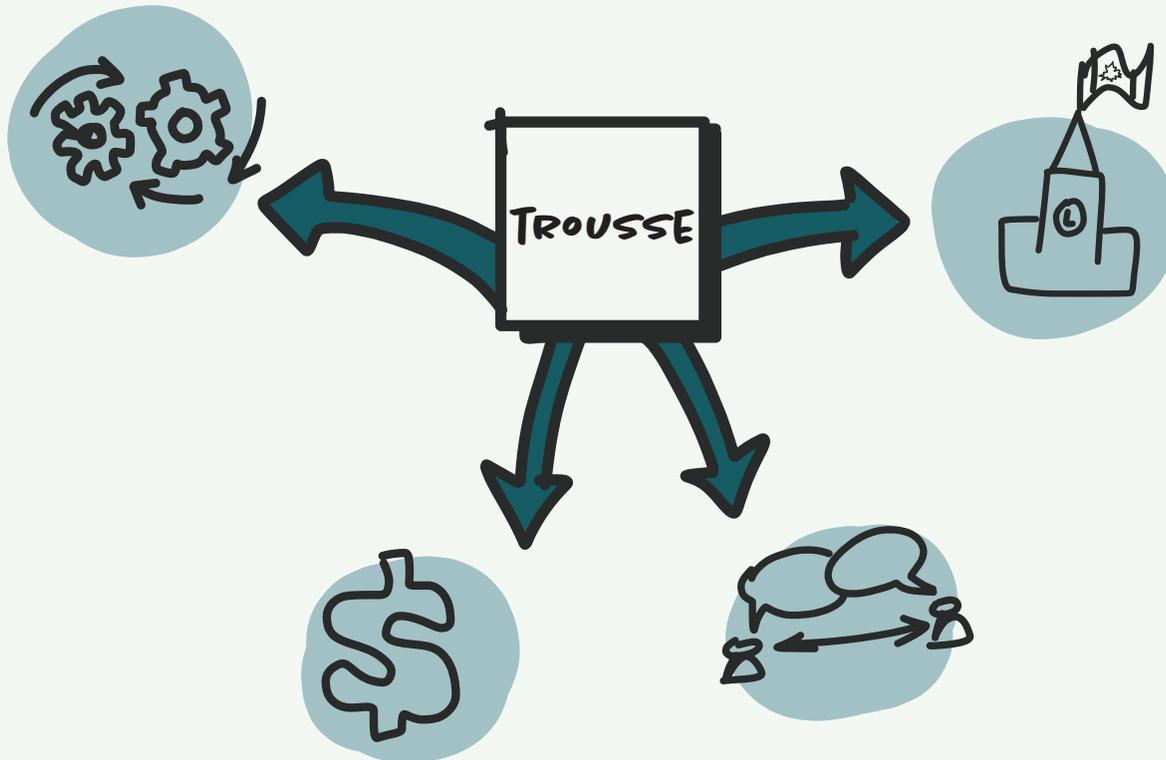




.....

# CIVISME ACTION

.....



© Conseil canadien des femmes musulmanes 2017

Tous droits réservés.

Le CCFM tient à remercier Patrimoine canadien de son appui financier pour le projet « Actions civiques ».

Contenu

Rizwan Mohammad et Stéphane L. Pressault

Conception graphique

Assma Basalamah et Stéphane L. Pressault

Publié par le Conseil canadien des femmes musulmanes

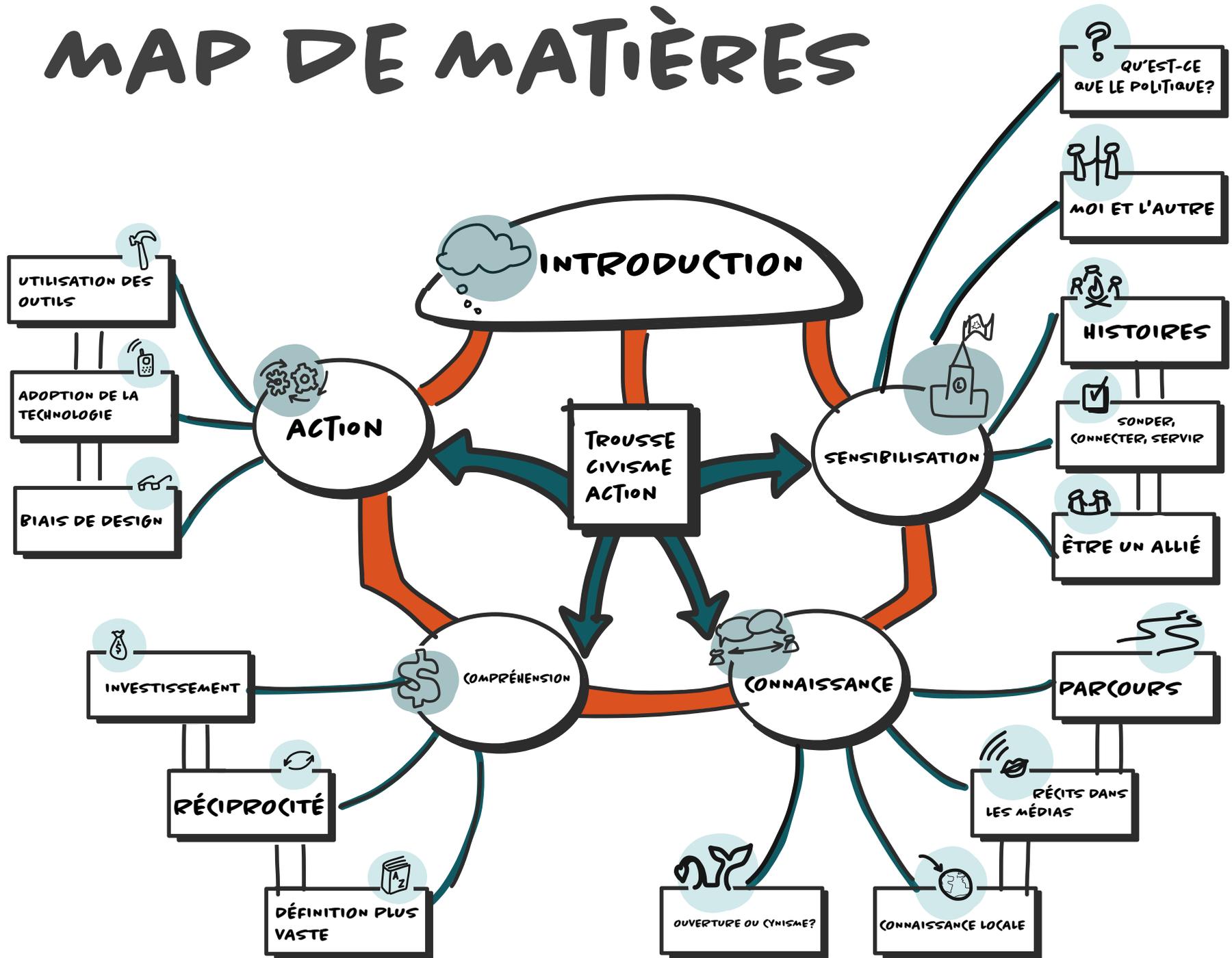
P.O. Box 154, Gananoque, ON, K7G 2T7, Canada

E : [info@ccmw.com](mailto:info@ccmw.com) | [www.ccmw.com](http://www.ccmw.com)



**Canadian Council of Muslim Women (CCMW)**  
**Le Conseil canadien des femmes musulmanes (CCFM)**

# MAP DE MATIÈRES



# TABLE DES MATIÈRES

<b>À PROPOS DU CCFM</b>	5
<b>INTRODUCTION</b>	6
<b>SENSIBILISATION</b>	10
QU'EST-CE QUE LE POLITIQUE?	12
MOI ET L'AUTRE	13
HISTOIRES	14
SONDER, CONNECTER, SERVIR	14
ÊTRE UN ALLIÉ	16
<b>CONNAISSANCE</b>	17
PARCOURS	19
RÉCITS DANS LES MÉDIAS	20
CONNAISSANCE LOCALE	20
OUVERTURE OU CYNISME?	21
<b>COMPRÉHENSION</b>	22
DÉFINITION PLUS VASTE	24
RÉCIPROCITÉ	25
INVESTISSEMENT	26
<b>ACTION</b>	27
BIAIS DE DESIGN	29
ADOPTION DE LA TECHNOLOGIE	30
UTILISATION DES OUTILS	31
<b>BOUCLER LA BOUCLE</b>	27

# À PROPOS DU CCFM

Le Conseil canadien des femmes musulmanes (CCFM) est une organisation nationale à but non lucratif dont la mission primordiale est d'assurer égalité, équité et émancipation pour les femmes musulmanes. L'histoire du CCFM remonte à 1982, quand un groupe de femmes musulmanes dynamiques et passionnées venues d'un peu partout au Canada, se sont réunies à Winnipeg au Manitoba. Sous l'égide de Lila Fahlman, maintenant décédée, ces femmes ont voulu mettre à profit leur passion pour la justice sociale et leur foi afin d'enrichir leurs communautés et de travailler au service du bien commun de la société canadienne. Depuis plus de 30 ans, le CCFM défend avec fierté les intérêts des musulmans canadiens, encourage l'engagement civique, aide les collectivités à se prendre en charge et soutient la compréhension interculturelle et interreligieuse. Parmi les initiatives antérieures, citons la Coalition contre l'arbitrage religieux, la Trousse de contrat de mariage musulman, ainsi que les projets Jeunesse musulmane Canada, Trouver un terrain d'entente et Communitas. Le CCFM comporte un conseil d'administration national qui veille à la réalisation de ses objectifs sur le plan national, et auprès de ses sections locales et membres.

## PRINCIPES DIRECTEURS

- Nous sommes guidées par le message coranique de miséricorde et de justice divines et nous croyons à l'égalité de tous les êtres humains ainsi qu'à la responsabilité de chaque être humain face à Dieu.
- Nous appuyons le concept de société pluraliste et nous visons à soutenir la force et la diversité, dans le cadre d'une vision unificatrice et des valeurs canadiennes. Notre identité de femmes musulmanes d'origines ethniques et de races diverses fait partie intégrante de notre identité canadienne.
- En tant que Canadiennes, nous respectons la Charte des droits et libertés, et la loi du Canada.
- Nous croyons en l'universalité des droits de la personne, c'est-à-dire en l'égalité et la justice sociale, sans restriction ni discrimination fondée sur le sexe ou la race.
- Nous sommes vigilantes afin de sauvegarder et d'affirmer notre identité et nos droits de faire des choix éclairés, parmi de multiples options.
- Nous sommes vigilantes afin de sauvegarder et affirmer notre identité et nos droits de faire des choix éclairés, parmi de multiples options.
- Nous savons que le CCFM n'est que l'une des nombreuses voix qui parlent au nom des femmes musulmanes et qu'il y en a d'autres qui peuvent représenter des points de vue différents.
- Nous sommes activement en faveur de l'inclusivité et nous acceptons la diversité parmi nous, en tant que femmes musulmanes.



# INTRODUCTION



L'objectif de cette trousse est d'explorer comment les citoyennes et citoyens approfondissent la compréhension de leur identité, de leurs responsabilités envers leurs voisines et voisins, leurs communautés, leurs villes et leur gouvernement.



Comment une idée se concrétise-t-elle?

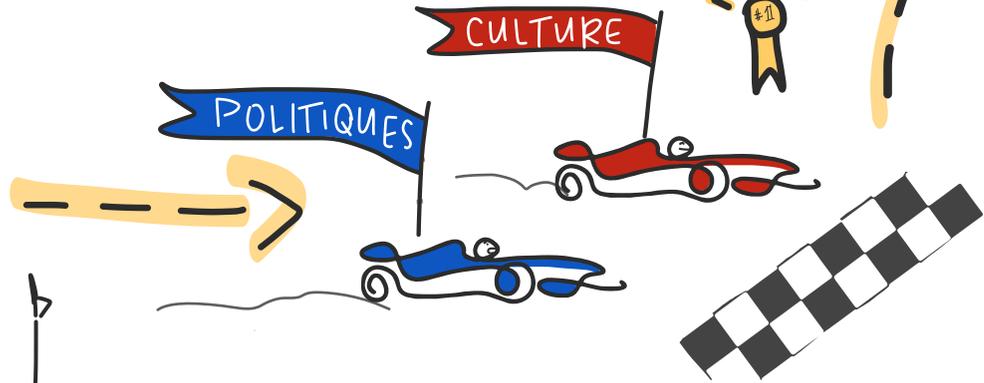
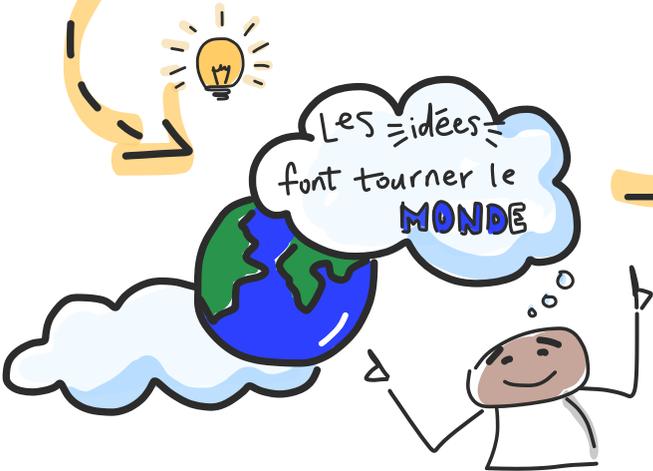
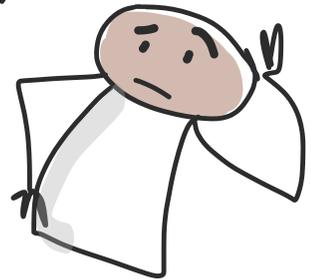
Quelles sont nos responsabilités en tant que citoyens engagés?  
Comment l'engagement civique peut-il contribuer à construire les êtres humains?

# Souligner L'OBJECTIF



So how does it work?

À quoi ça sert vraiment ?



**« Les idées font tourner le monde, car elles orientent les actions futures. Même les idées les plus saugrenues, ancrées dans les préjugés et l'ignorance, font l'histoire et forment la culture publique... Les idées, quand elles sont mises à profit, deviennent des modèles de pensée et de pratique. »**

Ash, Amin et O'Neill, Michael. *Thinking About Almost Everything*, 2009, p. 8

## **Guide d'utilisation**

Cette trousse comprend quatre laboratoires d'esprit civique, à présenter en séance de trois heures. Chacun d'eux a une composante d'éducation et une composante d'activités. Tout au long de la trousse, d'autres ressources sont présentées, qui sont consultables en ligne.

Les laboratoires d'esprit civique prennent la forme d'une série d'apprentissages en classe et sur le terrain, dont l'objectif est de donner aux participants les aptitudes requises pour renforcer leur culture civique, leur engagement civique et leur employabilité. Les laboratoires d'esprit civique se divisent en deux modules : 1) idées (apprentissage en classe); et 2) actions (apprentissage sur le terrain).

Les laboratoires d'esprit civique s'inspirent en partie d'un cadre pédagogique autochtone traditionnel (ojibwé) centré sur quatre phases d'apprentissage, à savoir : 1) Sensibilisation, 2) Connaissance, 3) Compréhension, et 4) Action.

L'objectif principal est d'encourager le progrès durant ces phases d'apprentissage en facilitant l'écoute, la compréhension et l'expression (la communication). Les laboratoires d'esprit civique comprennent de la théorie, mais ils sont avant tout centrés sur des exercices en petits groupes pour mettre en pratique certaines capacités et pour apprendre ensemble.

# OBJECTIFS PRINCIPAUX

---

Les objectifs principaux se divisent en objectifs théoriques et en objectifs expérimentaux. Tout au long de ces activités, les participants acquerront des aptitudes civiques, ainsi qu'une meilleure compréhension et une meilleure appréciation de la société et de la participation citoyenne active.

Cette trousse comporte quatre composantes clés d'initiation qui sont distinctes, mais s'entrecoupent, durant chacune des quatre sessions.

**Initiation à la politique :** Les participants apprendront le plaidoyer, l'engagement, l'édification de la solidarité communautaire, aux intersections entre sexes, races et classes. L'objectif premier est de comprendre sa propre histoire et son propre récit, ses relations avec autrui, et d'arriver à un engagement renouvelé dans la participation citoyenne active.

**Initiation aux médias :** Les participants apprendront comment interagir de manière proactive, plutôt que réactive, avec les médias.

**Initiation aux finances :** Les participants apprendront à mieux comprendre les relations entre les gens, l'argent, le pouvoir et la pauvreté dans leurs villes et leurs communautés.

**Initiation aux technologies :** Les technologies ont des répercussions sur notre vie quotidienne. Les participants apprendront à les utiliser plus efficacement dans un but d'engagement civique et de construction communautaire.

Les participants seront aussi amenés à faire des « expériences civiques » pour approfondir leur connaissance de la civilité, des droits et des responsabilités. Trois compétences actives sont

incluses.

**Écoute :** Il est crucial d'écouter avec empathie pour créer de vraies communautés. Les participants apprendront à perfectionner leur capacité d'écoute pour mieux travailler les uns avec les autres.

**Expression :** Notre voix traduit nos besoins et nos volontés. En comprenant comment utiliser notre voix avec force, nous pouvons forger des relations importantes et cruciales pour effectuer des changements dans nos communautés et dans toute la société.

**Compréhension :** Il est si simple d'écouter et de parler sans comprendre. Les participants apprendront à comprendre une question en profondeur, entre autres leurs propres hypothèses de vie et la manière dont les autres peuvent être touchés par un problème.

**« La culture évolue toujours avant la politique. [...] Souvent, le changement culturel est une séance de répétition pour le changement politique. En d'autres termes, le changement politique est la manifestation finale de modifications culturelles qui se sont déjà produites. »**

Chang, Jeff. *Culture Before Politics*, 2010, <http://prospect.org/article/culture-politics>

---



# SENSIBILISATION

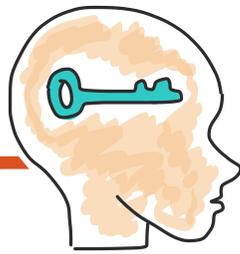


L'objectif du laboratoire de sensibilisation est d'améliorer la capacité d'analyse des politiques et de renforcer l'initiation à l'esprit civique ainsi que la fierté civique.



Les participants intégreront l'analyse du sexe, de la race et de la classe à l'action civique, renforceront leur capacité d'écoute active et acquerront une meilleure compréhension de la communauté pour laquelle ils travaillent.

# Initiation à la Politique



QUI SUIS-JE ?

QUI EST L'AUTRE ?

QUELLES SONT MES RELATIONS AVEC LES AUTRES ?



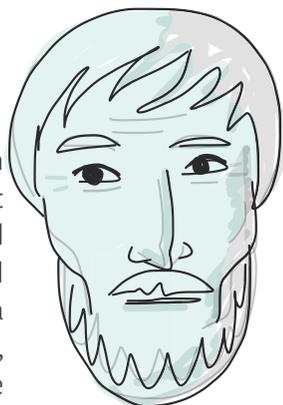
MOI & L'Autre

- SONDER
- CONNECTER
- SERVIR



# Qu'est-ce que « le politique » ?

« L'association de plusieurs villages forme un État complet, arrivé, l'on peut dire, à ce point de se suffire absolument à lui-même, né d'abord des besoins de la vie, et subsistant parce qu'il les satisfait tous. Ainsi l'État vient toujours de la nature, aussi bien que les premières associations, dont il est la fin dernière; car la nature de chaque chose est précisément sa fin; et ce qu'est chacun des êtres quand il est parvenu à son entier développement, on dit que c'est là sa nature propre, qu'il s'agisse d'un homme, d'un cheval, ou d'une famille. On peut ajouter que cette destination et cette fin des êtres sont pour eux le premier des biens; et se suffire à soi-même est à la fois un but et un bonheur.



aristote

De là cette conclusion évidente, que l'État est un fait de nature, que naturellement l'homme est un être sociable, et que celui qui reste sauvage par organisation, et non par l'effet du hasard, est certainement, ou un être dégradé, ou un être supérieur à l'espèce humaine. C'est bien à lui qu'on pourrait adresser ce reproche d'Homère : « Sans famille, sans lois, sans foyer... » L'homme qui serait par nature tel que celui du poète ne respirerait que la guerre; car il serait alors incapable de toute union, comme les oiseaux de proie.

Si l'homme est infiniment plus sociable que les abeilles et tous les autres animaux qui vivent en troupe, c'est évidemment, comme je l'ai dit souvent, que la nature ne fait rien en vain. Or, elle accorde la parole à l'homme

exclusivement. La voix peut bien exprimer la joie et la douleur; aussi ne manque-t-elle pas aux autres animaux, parce que leur organisation va jusqu'à ressentir ces deux affections et à se les communiquer. Mais la parole est faite pour exprimer le bien et le mal, et, par suite aussi, le juste et l'injuste; et l'homme a ceci de spécial, parmi tous les animaux, que seul il conçoit le bien et le mal, le juste et l'injuste, et tous les sentiments de même ordre, qui en s'associant constituent précisément la famille et l'État. »

– Extrait d'Aristote, La politique, traduction : J. Barthélemy-Saint-Hilaire

« Les bonnes œuvres, puisqu'il faut les oublier dans l'instant, ne s'intègrent jamais au monde, ne laissent pas de trace : elles ne sont point de ce monde. »

– Extrait d'Hannah Arendt, Condition de l'homme moderne



arendt

# MOI ET L'AUTRE

Nos histoires ont de profondes répercussions sur nos rapports avec le monde. Un moyen fondamental de révéler nos histoires est de répondre aux trois questions suivantes, qui nous aident à comprendre notre passé, notre avenir et notre présent. Dans cette activité, les participants explorent ce qui les a façonnés dans la vie, examinent leurs objectifs et comprennent qui ils sont.

## ACTIVITÉ

INVITEZ LES PARTICIPANTS À RÉPONDRE AUX QUESTIONS SUIVANTES ET À LES DOCUMENTER DANS LEUR CARNET DE NOTES:



## APERÇU



Nous recommandons de commencer par la question « Qui est l'autre? » D'habitude, les participants commencent par mentionner des êtres humains en réponse à cette question. Une bonne question à poser ensuite est celle-ci : « Et les autres, qui ne sont pas des êtres humains? »

Puis les participants répondent à la question « Qui suis-je? » Les questions suivantes peuvent s'enchaîner, entre autres : « D'où est-ce que je viens? » et « Où est-ce que je vais? »

Enfin, les participants définissent clairement leurs rapports avec les autres. Leurs réponses peuvent inclure la manière dont ils aident les autres, ce qu'ils obtiennent des autres, comment les autres influent sur leur origine et leur devenir.

## Certaines de nos leçons...

Ces questions sont profondément personnelles et exigent de la confiance entre les participants et l'animateur (les animateurs). C'est pourquoi le mentorat et l'encadrement ont fait partie intégrante d'Actions civiques.

Nous avons aussi constaté que beaucoup de nos participants, qu'ils soient croyants ou non, ancrèrent leur identité dans une certaine spiritualité. Cet ancrage influait grandement sur leur sens de l'éthique et de la responsabilité morale envers les autres, tout comme envers l'espace public.

# HISTOIRES

Nous sommes composés d'histoires. Qui nous sommes, quelles sont nos raisons d'être et quelles sont nos histoires, tout cela contribue à nous façonner en tant qu'être humain.



## ACTIVITÉ

PRENEZ LE TEMPS DE CRÉER UN CERCLE DE PARTAGE. INVITEZ LES PARTICIPANTS À PARTAGER LEURS EXPÉRIENCES.

# SONDER, CONNECTER, SERVIR

Maintenant que nous avons commencé à réfléchir à qui nous sommes, qui sont les autres et quelles sont nos relations avec eux, nous pouvons saisir que l'engagement civique ne consiste pas à imposer nos idées aux autres, mais plutôt à travailler à leur service et à apprendre à leur contact. Les bâtisseurs communautaires doivent savoir comment écouter.

SONDER

CONNECTER

SERVIR

# PRÊTER L'OREILLE



Alors, comment prêter l'oreille? Il y a bien des moyens de se mettre à l'écoute de nos communautés. Parfois, il suffit simplement d'observer, de montrer de l'empathie et de vouloir servir. En revanche, il existe différents modèles. Selon nos besoins et nos objectifs, chaque modèle présente des avantages et des inconvénients.

**Évaluation des besoins communautaires :** « Une évaluation des besoins communautaires permet de déterminer les forces et les ressources disponibles au sein de la communauté pour répondre aux besoins des enfants, des jeunes et des familles. L'évaluation est centrée sur les capacités de la communauté, y compris de ses citoyens, ses organismes et ses organisations. » Child Welfare Information Gateway

**Campagne d'écoute :** « Une campagne d'écoute est un effort ciblé fait pour développer une communauté et pour cerner les problèmes et les priorités dans un quartier/un lieu de travail ou un organisme donné. Elle prend la forme de réunions "en tête à tête" ou en petits groupes animés par des responsables. » - The Poverty Alliance

**Cartographie des atouts communautaires :** « La cartographie des atouts [communautaires] donne des renseignements sur les forces et les ressources d'une communauté et peut aider à trouver des solutions. Une fois que les forces et les ressources d'une communauté sont répertoriées et indiquées sur une carte, il est plus facile d'imaginer comment s'appuyer sur ces atouts pour répondre aux besoins de la communauté et pour améliorer la santé. » - UCLA Center For Health Policy Research

## Trouver une communauté

Alors, où trouver une communauté? Pensez aux lieux que vous visitez, aux gens que vous connaissez, à vos amis et à vos familles. Tant de nous trouvent des communautés de manières différentes. C'est peut-être là que vous devez commencer à écouter. Ce n'est qu'alors que vous comprendrez vraiment au service de quelle communauté vous êtes en tant que citoyen actif et engagé.

## ACTIVITÉ

TERMINEZ PAR UNE DISCUSSION : QUEL EST LE MEILLEUR MODÈLE POUR VOUS ET POURQUOI?

# Être un allié?

## À faire et à ne pas faire



Le texte qui suit est une adaptation de « FAQ on Being an Indigenous Ally », de Tessa Blaikie Whitecloud, publié par Red Rising Magazine. Nous nous concentrerons ici sur la manière d'être un allié autochtone étant donné que cette trousse a été conçue et publiée sur des terres historiquement autochtones.

### Do's

- Parlez aux personnes avec qui vous voulez vous allier, demandez-leur par exemple « vous trouvez ça utile? », posez des questions généralement.
- Parlez de votre engagement en tant qu'allié en évitant de faire de la glorification personnelle ou de nier le leadership autochtone grâce auquel ce travail a commencé.
- Attendez-vous à des défis, le colonialisme jette une ombre dense qui pèse sur toutes nos interactions. Il faudra du temps pour que la confiance s'installe, et il faudra peut-être du temps pour qu'on vous reconnaisse comme allié. En fin de compte, à force

d'être présent, d'écouter et d'apporter votre appui, vous établirez non seulement d'excellents liens entre militants, mais aussi de profondes amitiés.

- Ménagez vos forces – même si je m'apprête à vous dire qu'il ne faut pas être un allié juste quand il est commode de l'être, une personne épuisée ou frustrée n'est guère un allié recherché. Montrez des attentes réalistes et faites des promesses réalistes de ce que vous pouvez accomplir. Trouvez des moyens d'aider qui vous conviennent bien et prenez la liberté de recruter d'autres.

### Don'ts

- Ne chargez pas les personnes autochtones de décider de tous vos comportements
- Ne soyez pas un allié uniquement quand il est commode de l'être
- Ne monopolisez pas le temps de parole, et ne parlez pas au nom des Autochtones
- Évitez de vous reposer sur vos lauriers; si vous ne vous sentez pas constamment mis au défi sur le plan moral par les expériences des Autochtones dans votre ville ou par la facilité avec laquelle un langage raciste est accepté dans les cercles privilégiés, c'est que vous n'êtes pas assez à l'écoute.



# CONNAISSANCE



L'objectif de ce laboratoire de la connaissance est de renforcer la confiance dans les échanges avec les médias.



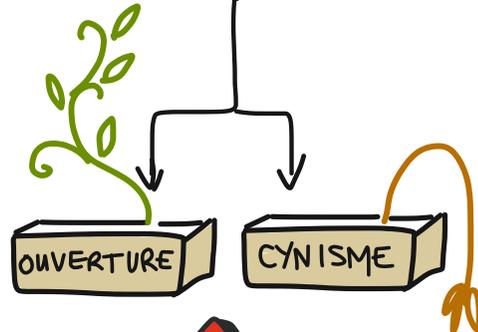
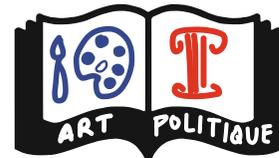
Les participants apprendront comment identifier des compétences et des capacités personnelles, les transmettre et les utiliser pour analyser des histoires et des expériences vécues par d'autres.

# Initiation aux médias

D'où est-ce que je viens ?

Où est-ce que je vais ?

De quoi ai-je besoin pour y arriver ?



PERCEPTION

TRANSMISSION DU SAVOIR-FAIRE

~~LOCALE~~

LA FAÇON DONT LA CONNAISSANCE

généérée

appliquée

stockée



Votre récit **EST** le Media

HISTOIRES

NOV 1993

SEP 2001

EVENEMENTS

JAN 2015

NOUS REJOINT



## PARCOURS

Dans les sessions précédentes, nous avons exploré cette question : « Qui suis-je? » Comme elle est cruciale pour comprendre ce qu'est vraiment une vie civique significative, les participants la reprendront une fois de plus.

### ACTIVITÉ

DEMANDEZ AUX PARTICIPANTS DE REVENIR À LEURS RÉPONSES AUX QUESTIONS DES SESSIONS PRÉCÉDENTES. CONCENTREZ-VOUS SUR CETTE QUESTION : « OÙ EST-CE QUE JE VAIS? » DEMANDEZ AUX PARTICIPANTS D'ÉNUMÉRER CE DONT ILS ONT BESOIN POUR ATTEINDRE LEUR BUT. CECI PEUT INCLURE DES ÉLÉMENTS CONCRETS, DES CONNAISSANCES, DES RELATIONS ET DES TRAITS DE CARACTÈRE.

### Le caractère à l'époque des selfies

David Brooks, chroniqueur au New York Times, a produit [une courte vidéo intéressante](#) sur l'importance des traits de caractère, tout particulièrement à notre époque.

Il fait cette remarque cruciale sur les vertus présentées dans un curriculum vitae et les vertus présentées dans un éloge funèbre : « Les vertus de l'éloge funèbre, c'est ce qu'on dit de vous après votre mort, au sujet de votre honnêteté, votre courage, votre rectitude, votre capacité d'aimer, et on aimerait tous mener une vie où les vertus de l'éloge funèbre dominant. On aimerait tous qu'on se souvienne de nous pour ces vertus. Mais nous vivons dans une société, et bien sûr dans un système d'éducation, qui passe beaucoup plus de temps aux vertus du curriculum vitae, et beaucoup d'entre nous savent mieux construire une belle carrière qu'un bon caractère intérieur. »

### ACTIVITÉ

INVITEZ LES PARTICIPANTS À PARTAGER CERTAINS DES TRAITS DE CARACTÈRE QU'ILS S'EFFORCENT DE DÉVELOPPER PERSONNELLEMENT, ET QUI LES AIDERONT À LEUR AVIS À RÉUSSIR À ALLER LÀ OÙ ILS LE VEULENT DANS LA VIE.

# RÉCITS DANS LES MÉDIAS

Quand nous parlons des médias, nous faisons référence aux outils qui transmettent nos messages, nos voix : médias sociaux, nouveaux médias, médias artistiques comme la vidéo et la photographie, médias d'actualités, etc. Par « voix », nous entendons nos propres préjugés, valeurs, principes moraux, spiritualité, etc. Il s'agit là d'une étape essentielle afin d'acquérir une voix authentique pour faire entendre nos expériences dans les médias.

## ACTIVITÉ

DEMANDEZ AUX PARTICIPANTS DE FAIRE UNE RÉTROSPECTIVE D'UN ÉVÉNEMENT MÉMORABLE, DONT ILS SONT RECONNAISSANTS, POUR CHACUNE DES ANNÉES DE LEUR VIE, DE LEUR NAISSANCE JUSQU'À PRÉSENT (OU JUSQU'À L'ANNÉE OÙ ILS ARRIVERONT, DANS LE TEMPS DONNÉ). PARLEZ-EN : COMMENT CES ÉVÉNEMENTS NOUS FAÇONNENT-ILS, NOUS ET NOS PRÉJUGÉS?

## Révolutions morales

Lors d'une entrevue dans le podcast On Being, le philosophe Kwame Anthony Appiah, spécialiste de la morale, a fait ce commentaire :

« Les gens dont la voix a été entendue et dont la position a été comprise [...] acceptent généralement mieux un résultat qu'ils n'auraient pas choisi, parce qu'ils considèrent qu'ils ont pu s'exprimer; ils ont pu participer au processus. [...] Si vous déclarez que quelque chose est un droit constitutionnel, la conversation s'arrête là, en fait. »

# CONNAISSANCE LOCALE

Il y a bien des moyens de décortiquer la connaissance. D'où vient-elle? Comment est-elle partagée? Comment est-elle appliquée? La connaissance, c'est une question d'histoires; ce sont les histoires qui nous façonnent et qui donnent forme à notre compréhension du monde.

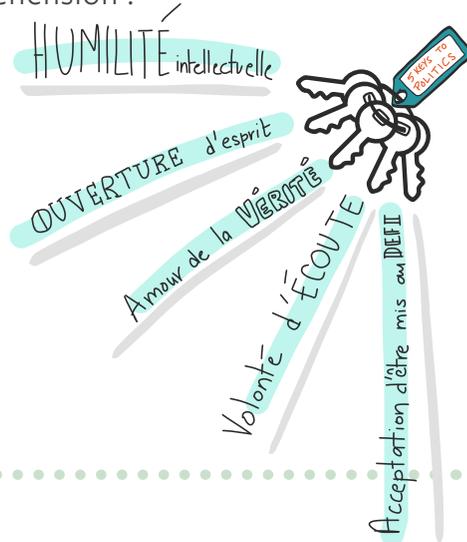
**« La connaissance locale est un ensemble de faits et a trait à tout le système de concepts, croyances et perceptions des gens à propos du monde autour d'eux. Ceci inclut la manière dont les gens observent et mesurent ce qui les entoure, dont ils règlent les problèmes et valident toute nouvelle information. Ceci inclut aussi les processus grâce auxquels la connaissance est générée, stockée, appliquée et transmise à d'autres. »**

*Warburton and Martin, FAO Web site for Gender, Agrobiodiversity and Local Knowledge, <http://www.fao.org/docrep/007/y5610e/y5610e01.htm>*

Après avoir fait une campagne d'écoute, nous pouvons voir que c'est le début de la sensibilisation à la connaissance locale.

# OUVERTURE OU CYNISME?

Saisissez l'occasion de créer un cercle de partage. Soulignez les cinq principes proposés par les professeurs Robert P. George et Cornel West, ci-dessous, pour surmonter toute forme de préjugé dans les tentatives de compréhension :



## ACTIVITÉ

DEMANDEZ AUX PARTICIPANTS D'IDENTIFIER LES SCHEMAS ET LES ENJEUX, SANS JUGEMENTS DE VALEUR (C'EST BIEN, MAL, HORRIBLE, CHOUETTE), LIÉS AU SEXE, À LA RACE ET À LA CLASSE DANS LES EXEMPLES QUI SUIVENT :

**ART :** CHOISISSEZ UNE OU DEUX VIDÉOS DE MUSIQUE POPULAIRE À PARTAGER AVEC LES PARTICIPANTS. COMMENCEZ PAR POSER CES QUESTIONS : « QU'EST-CE QUE ÇA ME DIT SUR NOTRE SOCIÉTÉ? » « COMMENT EST-CE QUE JE PEUX M'EN INSPIRER POUR DEVENIR UN ÊTRE HUMAIN MEILLEUR? » « POURQUOI EST-CE QUE CETTE CRÉATION ARTISTIQUE EST POPULAIRE (OU PAS)? »

**POLITIQUE :** SÉLECTIONNEZ UNE OU DEUX NOUVELLES OU ENTREVUES PARUES RÉCEMMENT ET PARTAGEZ-LES AVEC LES PARTICIPANTS. COMMENCEZ PAR POSER CES QUESTIONS : « POURQUOI LES GENS SONT-ILS EN FAVEUR DE ÇA? » « QU'EST-CE QUE ÇA ME DIT SUR LES BESOINS DE NOTRE SOCIÉTÉ? » « QU'EST-CE QUE JE PEUX EN RETENIR? »

**VIE QUOTIDIENNE :** DEMANDEZ AUX PARTICIPANTS D'IDENTIFIER DES SCHEMAS ET DES ENJEUX DE LEURS LIEUX DE TRAVAIL, DE LEURS ÉCOLES, DE LEURS COMMUNAUTÉS, DE LEURS FAMILLES, ETC.

## ACTIVITÉ

PRENEZ DES EXEMPLES DE GRANDES NOUVELLES À LA TÉLÉVISION ET DE NOUVELLES QUI SE SONT RÉPANDUES COMME LA POUDRE DANS LES MÉDIAS SOCIAUX, ET ÉTUDIEZ-LES POUR VOIR SI CE SONT DE « FAUSSES NOUVELLES ».

PRÉSENTEZ LE GUIDE DE L'UTILISATEUR DE ONTHENEWS.ORG : ÉDITION FAUSSES NOUVELLES, CI-DESSOUS. ÉTUDIEZ CETTE LISTE EN GROUPE.

### GUIDE DE L'UTILISATEUR - DERNIÈRES NOUVELLES ÉDITION FAUSSES NOUVELLES

1. **Signes évidents de fausses nouvelles :** TOUT EN MAJUSCULES, ou photos clairement traitées avec Photoshop.
2.  **multiples fenêtres en incrustation et bannières publicitaires? C'est un signe que c'est un piège à clics.**
3. **Vérifiez le domaine!** Les faux sites ajoutent souvent « .co » à des noms connus pour usurper leur renommée. (Un exemple : « abcnews.com.co »)
4. **Si vous arrivez sur un site inconnu, vérifiez sa page « À propos ».** Puis vérifiez-le sur Google avec le mot « faux » et voyez les résultats.
5. **Si l'histoire vous propose des liens, suivez-les. (Les mensonges mènent à d'autres mensonges, pires encore.) Pas de liens, de citations ou de références? C'est un autre signe qui en dit long.**
6. **Vérifiez une histoire improbable en consultant une source crédible sur le même sujet.**
7. **Vérifiez la date.** Les médias sociaux reprennent souvent de vieilles histoires.
8. **Ne vous contentez pas de lire les titres. Bien souvent, les nouvelles qui suivent sont très différentes.**
9. **différentes.**
10. **Les sources et les dates des photos peuvent être trompeuses. Servez-vous d'un moteur de recherche inverse d'images comme TinEye pour voir d'où une photo vient vraiment.**
11. **Faites confiance à votre instinct. Si une histoire vous met en colère, c'est probablement son but.**
12. **Enfin, si vous n'êtes pas certain que l'histoire est vraie, ne la partagez pas! Ne.la.partagez.pas.**



# COMPRÉHENSION



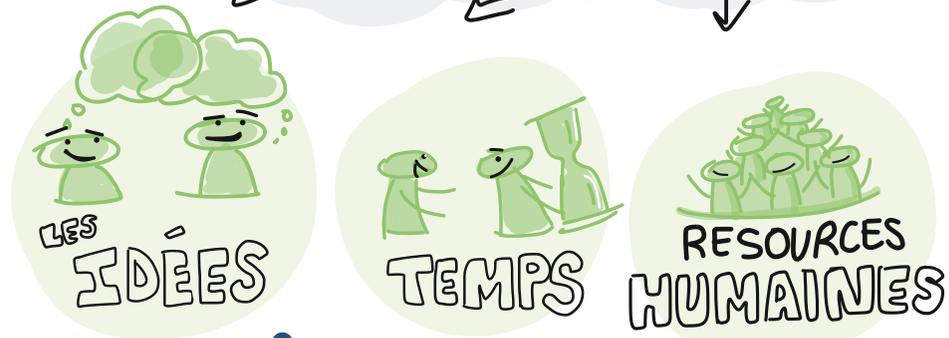
L'objectif de ce laboratoire de compréhension est de s'initier aux compétences en matière de finances, tout en cernant comment les citoyens entretiennent des rapports entre eux dans ce secteur.



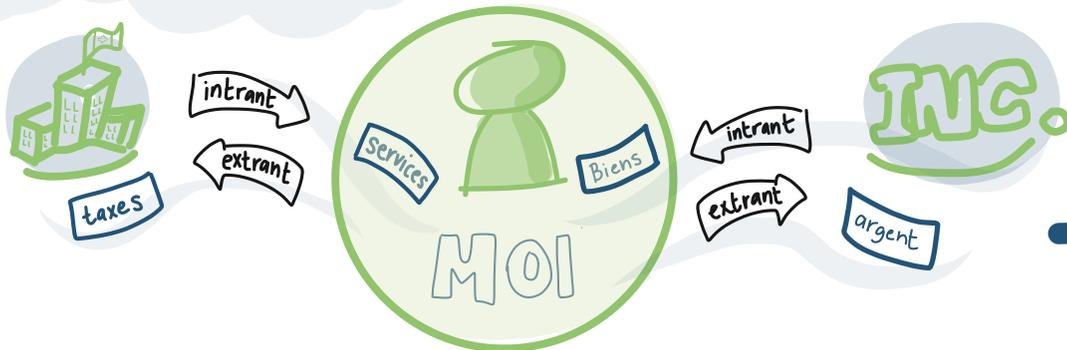
Les participants commenceront à comprendre les différentes parties prenantes de la société auxquelles ils ont à faire, individuellement et collectivement.

# Sensibilisation aux finances

## Définition plus VASTE



## RECIPROCLITÉ

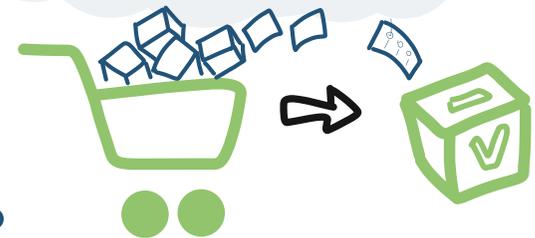


## INVESTIR DANS

les terres    les gens    la communauté



## POUVOIR DU VOTE



# DÉFINITION PLUS VASTE

Pensons aux finances comme à des échanges. De quels moyens d'échange s'agit-il? Culturels, linguistiques, matériels, émotionnels, spirituels, etc. Nous utilisons l'argent pour échanger des biens et des services mais, en tant qu'êtres humains, nous échangeons bien d'autres choses. Nous avons la capacité d'échanger des idées.

## ACTIVITÉ

DEMANDEZ AUX PARTICIPANTS COMMENT ILS DÉFINISSENT LES FINANCES. ILS PENSERONT AUSSI PROBABLEMENT À L'ARGENT. PUSSEZ-LES PLUS LOIN. DEMANDEZ-LEUR DE PENSER AU TEMPS, AUX CAPACITÉS. QUELS SONT LES « BIENS » QUE NOUS ÉCHANGÉONS AVEC LES AUTRES?

## FAITES UN BUDGET PERSONNEL



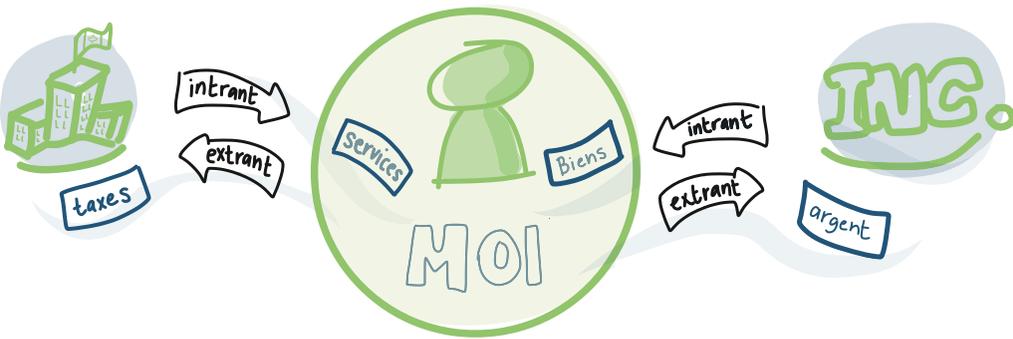
Chacun de nous a un salaire différent et fait des dépenses différentes, et doit apprendre à préparer un budget personnel.

## ACTIVITÉ

DEMANDEZ AUX PARTICIPANTS DE FAIRE UN MODÈLE DE BUDGET, PUIS D'ANALYSER CE BUDGET COLLECTIVEMENT. DEMANDEZ ENSUITE AUX PARTICIPANTS D'ÉCHANGER DES CONSEILS ET DES PRATIQUES EXEMPLAIRES.



# RÉCIPROCITÉ



# POUVOIR DU VOTE



À mesure que ces centres de pouvoir changent, nous devons modifier nos voix pour nous faire entendre. En moyenne, en tant que citoyens, nous votons une fois tous les quatre ans, ou pas du tout. Mais en tant que consommateurs, nous votons chaque jour de notre vie, grâce à la forme la plus pure de pouvoir... l'argent.

## ACTIVITÉ

DEMANDEZ AUX PARTICIPANTS DE PRÉPARER UNE CARTE OÙ ILS S'INSCRIRONT AU MILIEU DES ÉLÉMENTS DE LEUR ENTOURAGE SOCIÉTAL (ALLANT DES PARENTS AUX SERVICES DE TRANSPORT PUBLIC EN PASSANT PAR LES FORCES MILITAIRES ET AUTRES INTERVENANTS). POUR CHAQUE ÉLÉMENT DE LEUR ENTOURAGE, DEMANDEZ-LEUR D'IDENTIFIER QUELLE RESSOURCE VA À CET ÉLÉMENT (ARGENT, TEMPS, SERVICES, ETC.) ET CE QUI EN VIENT (SOINS DE SANTÉ, ARGENT, CONNAISSANCE, ETC.).

## ACTIVITÉ

EN TERMES DE FINANCES, DEMANDEZ AUX PARTICIPANTS DE RÉPONDRE ENSEMBLE AUX QUESTIONS SUIVANTES.

- QUEL EST LE DEVOIR D'UN CITOYEN?
- QUEL EST LE DEVOIR D'UN CONSOMMATEUR?
- COMMENT AMENONS-NOUS LES GOUVERNEMENTS ET LES SOCIÉTÉS À RENDRE DES COMPTES?

# INVESTISSEMENT

Nous avons identifié trois sphères dans lesquelles les citoyens devraient investir pour faire vraiment preuve d'engagement civique, quand ils pensent aux finances comme moyens d'échange.

**Les terres :** Nous utilisons constamment les espaces de manières différentes dans nos villes. Investir dans les terres est essentiel pour préserver l'environnement, garder l'accès à une eau potable, avoir des lieux de vie sécuritaires, etc.

**Les gens :** Par nos échanges, nous investissons dans les gens. Pensez à la manière dont vous utilisez votre argent. Offrez-vous des prêts à quelqu'un qui est dans le besoin? Ou offrez-vous vos compétences et vos capacités pour former d'autres personnes, au-delà des barrières culturelles ou générationnelles? Ce sont tous des moyens d'investir dans les gens.

**La communauté :** Les moyens d'investir dans la communauté sont innombrables : faire des dons à des organismes de bienfaisance ou travailler comme bénévole en sont quelques exemples.

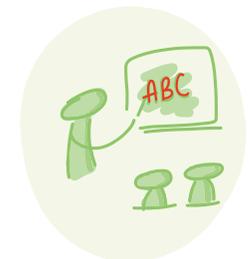
## les terres



## les gens



## la communauté





# ACTION



L'objectif du laboratoire d'action est de renforcer le sens de la responsabilité civique en apprenant à utiliser différents outils pour mener des actions civiques.



Les participants commenceront à apprendre à évaluer l'utilité d'une technologie donnée. Ils apprendront à utiliser la technologie efficacement, tout en gardant un sens critique face à ses avantages et à ses inconvénients.

# INITIATION AUX TECHNOLOGIES



## BIAIS DU DESIGN



## Bâtir l'industrie



## OUTILS TECHNOLOGIQUES POUR...

1 À QUEL PROBLÈME CETTE NOUVELLE TECHNOLOGIE RÉPOND-ELLE?

2 QUI A CE PROBLÈME?

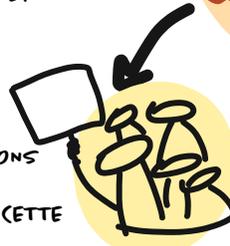
3 QUELS PROBLÈMES CRÉONS-NOUS EN RÉGLANT CE PROBLÈME?

4 QUELLES PERSONNES ET QUELS ORGANISMES RISQUENT DE SOUFFRIR D'UNE SOLUTION TECHNOLOGIQUE?

5 QUELS CHANGEMENTS SURVIENNENT DANS LE LANGAGE EN RAISON D'UN CHANGEMENT TECHNOLOGIQUE?

6 QUELLES PERSONNES ET QUELLES INSTITUTIONS ACQUIÈRENT UN POUVOIR ÉCONOMIQUE ET POLITIQUE SPÉCIAL GRÂCE À L'ADOPTION DE CETTE TECHNOLOGIE?

## Bâtir Communauté



## 6 QUESTIONS à considérer avant d'adopter une NOUVELLE TECHNOLOGIE

# BIAIS DE DESIGN



La vertu, c'est utiliser une chose dans le but pour lequel elle a été conçue. Les technologies présentent toujours des biais de design, qui limitent ce qu'on peut faire ou non. De plus, elles sont conçues à partir d'une connaissance locale particulière empreinte de préjugés profonds quant à la manière dont les gens agissent.

Comment découvrir les biais de design d'une technologie? Le design est-il piratable?

Biais du designer et de l'utilisateur (extrait de **Machined Prejudice: Three Sources of Technology Bias by Gideon Rosenblatt**)

1) Biais du designer :

« Les façons les plus évidentes dont nous introduisons des biais de design dans nos outils résultent des hypothèses que nous intégrons au processus de design. Parfois, ces hypothèses sont délibérées mais, le plus souvent, nous les faisons inconsciemment. L'autre jour, ma femme et moi, nous avons rencontré quelqu'un qui faisait jouer à plein volume un mini radio-cassette et CD, alors qu'il marchait dans la rue, dans notre quartier. En tant que société, nous avons collectivement opté pour des designs qui orientent les signaux sonores uniquement vers l'oreille d'un seul auditeur. C'est une approche logique, mais à mesure que chacun de nous se retire dans son audiosphère privée, graduellement, nous effritons notre communauté (et nous rendons possibles certains comportements très bruyants). Toutes les décisions de design sont des jugements et, à ce titre, elles comportent des formes de biais. Souvent, on ne le remarque pas – surtout si l'outil est parmi nous depuis quelque temps déjà. »

2) Biais de l'utilisateur final :

« Les médias numériques nous permettent d'interagir de manières nouvelles avec l'information. Cette boucle de rétroaction introduit une nouvelle forme de biais technologiques. Maintenant que les utilisateurs finals participent à la création de produits et de services, ils introduisent de nouveaux biais par leur participation. La manière dont nous aimons et partageons les produits dans les médias sociaux, par exemple, ne façonne pas seulement notre propre expérience. Elle influence aussi ce qui arrive à nos amis sur ces réseaux. Vos penchants pour les chatons adorables, les mèmes culturels astucieux et les messages d'anniversaire accentuent la probabilité que je retrouve de tels produits dans mon flux de média. Par nos interactions, le réseau devient biaisé. Ce qu'il y a d'étrange à propos des biais des utilisateurs finals, c'est que des biais radicalement différents peuvent coexister sur une même plate-forme. Des groupes de messages de haine et de fanatisme peuvent se propager à côté de communautés d'amour et d'inspiration. Notre engagement nous fragmente, faisant de nous des chambres de résonance de biais partagés. »

# ADOPTION DE LA TECHNOLOGIE

Explorez comment les biais de design influent sur la manière dont nous utilisons les technologies. Par exemple, un marteau n'est pas un bon outil pour manger, mais pourquoi?

## ACTIVITÉ

PRENEZ LES SIX QUESTIONS SUIVANTES, TIRÉES DE NEIL POSTMAN, ET DEMANDEZ AUX PARTICIPANTS DE FORMER DES GROUPES ET DE CHOISIR UNE TECHNOLOGIE POUR RÉPONDRE À CES QUESTIONS



1 À QUEL PROBLÈME CETTE NOUVELLE TECHNOLOGIE RÉPOND-ELLE?

2 QUI A CE PROBLÈME?

3 QUELS PROBLÈMES CRÉONS-NOUS EN RÉGLANT CE PROBLÈME?

4 QUELLES PERSONNES ET QUELS ORGANISMES RISQUENT DE SOUFFRIR D'UNE SOLUTION TECHNOLOGIQUE?

5 QUELS CHANGEMENTS SURVIENNENT DANS LE LANGAGE EN RAISON D'UN CHANGEMENT TECHNOLOGIQUE?

6 QUELLES PERSONNES ET QUELLES INSTITUTIONS ACQUIÈRENT UN POUVOIR ÉCONOMIQUE ET POLITIQUE SPÉCIAL GRÂCE À L'ADOPTION DE CETTE TECHNOLOGIE?

# QU'EST-CE QUE LA TECHNOLOGIE?



La technologie peut inclure tout ce qui suit, et plus encore : téléphones cellulaires, tablettes, médias sociaux, automobiles, chaussures, outils de traitement de texte, etc.

## ACTIVITÉ

DEMANDEZ AUX PARTICIPANTS DE PARTAGER LEURS RÉFLEXIONS SUR CET EXERCICE. AVEZ-VOUS DÉCOUVERT UN BIAIS DE DESIGN?



# UTILISATION DES OUTILS

Nous devons maintenant déterminer quels types d'outils nous sont utiles dans notre travail, et quels types d'outils sont inutiles ou sources de distractions. Dans ce cas, nous devons faire des choix intelligents. Nous devons penser individuellement. Une fois que les participants auront réfléchi à ces questions, discutez ensemble de l'utilisation de la technologie.

## ACTIVITÉ

INVITEZ LES PARTICIPANTS À ÉCRIRE DANS UN JOURNAL QUELS SONT LES OUTILS ET LES TECHNOLOGIES LES PLUS UTILES QUI ENRICHISSENT NOTRE HUMANITÉ. EN D'AUTRES TERMES, LES OUTILS ET LES TECHNOLOGIES QUI NE SONT PAS DÉSHUMANISANTS ET QUI CONTRIBUENT AU DÉVELOPPEMENT DE NOS COMMUNAUTÉS. QUELS SONT LES OUTILS QUI NE NUISENT PAS AUX COMMUNAUTÉS?

## ACTIVITÉ

COMMENCEZ PAR POSER LES QUESTIONS SUIVANTES : « QUELS SONT LES MEILLEURS OUTILS POUR DÉFENDRE UNE CAUSE (POUR COMMUNIQUER QUELQUE CHOSE), POUR FAIRE DE LA PROMOTION, DU RECRUTEMENT, DE LA PROPAGANDE? »

PENSONS MAINTENANT AU NIVEAU INSTITUTIONNEL...

## ACTIVITÉ

COMMENCEZ PAR POSER LES QUESTIONS SUIVANTES : « QUELS SONT LES MEILLEURS OUTILS POUR L'EMPLOI, LE RÉSEAUTAGE, L'ÉLABORATION DES POLITIQUES ET LA PRESTATION DES PROGRAMMES? »



## BOUCLER LA BOUCLE

---

Dans l'introduction de cette trousse, nous avons posé trois questions directrices : « Comment une idée se concrétise-t-elle? », « Quelles sont nos responsabilités en tant que citoyens engagés? » et « Comment l'engagement civique peut-il contribuer à construire les êtres humains? » Les exercices qui se trouvent dans cette trousse offrent un cadre de travail pour commencer à y donner réponse. Nous espérons qu'en les explorant, les participants et les animateurs développeront un sens de la fierté civique.

Pour que l'engagement soit fort, les citoyens doivent développer un sens profond de la fierté civique. Au début de cette trousse, les participants apprennent à comprendre la diversité des Canadiens en partageant leurs propres histoires, tout en cherchant à se rassembler pour le bien collectif. Ce thème se retrouve tout au long de la trousse et des activités, tout en donnant aux participants des possibilités de découvrir de nouveaux outils et des moyens de communiquer avec différents partenaires, et de travailler efficacement avec différents groupes et communautés. À la fin de la trousse, les participants en arrivent à sentir qu'ils font partie intégrante du tissu de la société civique canadienne. Grâce à ce sentiment d'appartenance, les participants commencent à saisir leurs responsabilités en tant que citoyens engagés.

## RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

Arendt, Hannah. *The Human Condition: Second Edition*. University Of Chicago Press, 1998.

Brooks, David. *The Road to Character*. Random House, 2015.

Brown, Tim. *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harper Business, 2009.

Centre for Social Innovation. <https://socialinnovation.org/>

Citizen's Handbook. <http://www.citizenshandbook.org/>

“Civics 101.” TVO. <http://tvo.org/programs/civics-101>

“Civics Journal.” Canadian Council of Muslim Women. <http://ccmw.com/youth/civicsworks/journal/>

“Common Ground Workshop Guide.” Canadian Council of Muslim Women. <http://ccmw.com/wp-content/uploads/2013/03/Finding-Common-Ground-Workshop-Guide.pdf>

Ellul, Jacques. *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. Vintage, 1973.

“Human Resilience Toolkit.” Canadian Council of Muslim Women. <http://communitas.ccmw.com/wp-content/uploads/2014/09/Human-Resilience-Toolkit-Final.pdf>

Jacobs, Jane. *The Death and Life of Great American Cities*. Vintage, 1992.

Impact Hub Ottawa. <http://ottawa.impacthub.net>

“MY Canadian: Finding Common Ground Toolkit.” Canadian Council of Muslim Women. [http://ccmw.com/wp-content/uploads/2014/04/finding\\_common\\_ground\\_2010.pdf](http://ccmw.com/wp-content/uploads/2014/04/finding_common_ground_2010.pdf)

OnBeing.org. <https://onbeing.org/>

OnTheMedia.org. <http://www.npr.org/podcasts/452538775/on-the-media>

Postman, Neil. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Penguin Books, 2005.

“Toronto Civics 101.” *City of Toronto*. <http://www1.toronto.ca/wps/portal/contentonly?vgnextoid=25e1acb640c21410VgnVCM10000071d6of89RCRD>