

Source RFI	https://www.rfi.fr/fr/podcasts/lignes-de-défense/20211121-la-guerre-psychologique
Durée de la séance	1h20
Savoir-faire langagier(s)	Expliquer des stratégies de guerre psychologique : expliquer les objectifs d'une mission, présenter les moyens d'actions et mettre en valeur l'efficacité d'une stratégie
Outils langagiers	Discours explicatif, lexique de la stratégie militaire
Niveau	B2

1 MISE EN ROUTE

📌 Déclencheur ⌚ 10 minutes 📖 Compréhension et production écrites, production orale 👤 Binôme et grand groupe

Conseil : Pour introduire le thème et mobiliser le lexique connu, faire créer aux apprenant·e·s un nuage de mots à partir des termes « guerre psychologique ». Distribuer la fiche apprenant, faire lire la consigne de l'activité 1 par un·e volontaire et leur demander de faire l'activité par deux. Leur préciser qu'il faut également écrire l'article devant les noms.

Demander ensuite à des volontaires de venir écrire les mots au tableau. Demander d'expliquer le lexique noté si des apprenant·e·s ne le connaissent pas. Leur demander de compléter leur fiche avec les mots des autres apprenant·e·s.

Pour finir, leur expliquer que l'objectif du jour est « expliquer des stratégies de guerre psychologique » et le noter au tableau.

1. Notez tous les mots que vous évoque l'expression « guerre psychologique ».

Guerre psychologique

Pistes de réponses : la population, les civils, l'ennemi, communiquer, convaincre, manipuler, analyser,...

Conseil : Faire lire la consigne de l'activité 2 par un·e volontaire et leur demander de compléter le texte individuellement puis de vérifier leurs réponses avec leur voisin·e. Expliquer si besoin le lexique. Corriger en groupe : demander à un·e volontaire de lire ses réponses et au groupe de valider. Écrire les réponses au tableau. Leur demander ensuite s'il existe un organisme similaire dans leur pays. Leur annoncer qu'on va voir dans l'extrait audio le travail du CIAE.

2. Connaissez-vous le CIAE ? Complétez le texte avec les mots suivants :
influence, renseignement, ministère, environnement, coopération, interarmées

Le Centre **interarmées** des actions sur l'**environnement** (CIAE) est un organisme du **ministère** des Armées français appartenant au commandement du **renseignement**. Créé le 1^{er} juillet 2012 et basé à Lyon, il a pour mission la **coopération** civilo-militaire et les opérations militaires d'**influence**, également appelées opérations psychologiques.

2 BOITE À OUTILS

① Repérage et conceptualisation ⌚ 20 minutes 📖 Compréhension écrite et orale ↻ En grand groupe

Conseil : Faire lire les questions de l'activité 1 aux apprenant-e-s ou les écrire/les projeter au tableau. Diffuser le son et demander aux apprenant-e-s de répondre aux questions. Pour chaque question, demander à un-e volontaire de répondre et au groupe de valider ou corriger puis écrire la réponse au tableau.

Comment expliquer des stratégies de guerre psychologique ?

1. Écoutez le dialogue puis répondez aux questions.

Pour présenter les stratégies de guerre psychologique :

- a) Le lieutenant Stéphane évoque d'abord :
- l'origine du conflit au Mali.
 - l'objectif des actions d'influence.
 - l'organisation de la lutte antiterroriste.
- b) Le lieutenant Stéphane décrit ensuite :
- les moyens de communication employés.
 - les différentes tactiques de combat.
 - le type d'armes utilisées sur le terrain.
- c) Pour finir, le lieutenant Stéphane parle de :
- l'évolution des méthodes d'actions.
 - l'efficacité de la guerre psychologique.
 - la future mission du CIAE au Mali.

TRANSCRIPTION :

- Franck Alexandre : Au Mali, ils sont omniprésents, les hommes du CIAE sont de toutes les opérations. La guerre contre le terrorisme est aussi affaire de psychologie, lieutenant Stéphane.
- Lieutenant Stéphane : Toutes les actions qui sont entreprises sont des actions qui ont un effet militaire recherché. Pourquoi on vient, pour ne pas s'inquiéter ou alors éventuellement de ne pas être présent sur une zone parce que ça va être une zone où on va intervenir et on souhaite avoir une liberté d'action. Donc les programmes peuvent inciter, rassurer les populations à agir, à ne pas agir, à se déplacer, à ne pas se déplacer. Toute opération se mène à Barkhane ou ailleurs, dans un environnement humain. On traverse des villes, des villages, c'est un élément à prendre en compte dès les premières réflexions de planification, de programmation des opérations.
- Franck Alexandre : Premier moyen d'action, les tracts autocollants et autres flyers.
- Lieutenant Stéphane : Il y a deux moyens principaux qui sont utilisés, soit des documents papiers, donc des flyers qui sont typiquement lumineux. Voilà, les objets explosifs, on va dire d'une manière générique, pour inciter la population, en particulier les enfants, à ne pas toucher des engins non-explosés qui seraient enfouis dans le sable.
- Franck Alexandre : Le second moyen d'une efficacité redoutable, c'est la radio. L'armée est capable de monter ses propres antennes pour s'adresser par exemple à un village.
- Lieutenant Stéphane : Radio Inovox, donc c'est une radio FM qui permet de diffuser des programmes et des messages, de la musique, des informations sur la météo ou sur l'arrivée d'un convoi routier. La radio c'est un moyen privilégié de communication, l'internet, la télévision ne sont pas si développés, il n'y a pas forcément l'électricité. Nous employons des interprètes qui enregistrent les messages dans les langues qui sont utilisées dans les zones que nous voulons toucher. C'est une radio qui rentre très facilement dans un véhicule tactique, qui permet d'être déployée très facilement. L'antenne se monte en 30 minutes à peu près.
- Franck Alexandre : La guerre psychologique vise aussi l'adversaire à qui l'on s'adresse avec des haut-parleurs quand il est proche.
- Lieutenant Stéphane : On peut diffuser des messages de reddition effectivement lorsqu'un groupe armé est localisé. Ça va être un message qui peut être un petit peu plus robuste, un petit peu plus vigoureux, un petit peu plus intense. Alors ça ce sont des messages que nous diffusons à la voix directement avec des haut-parleurs. Le largage de tracts, de flyers peut se faire aussi bien en cible sur une population que sur un ennemi

effectivement. C'est pas forcément le mode d'action le plus utilisé. Il a fait ses preuves par le passé, il est déstabilisant, il peut démoraliser l'adversaire donc on l'utilisera quand on en aura besoin oui.

- Franck Alexandre : L'influence cible également la jeunesse, rien de mieux qu'une distribution de ballons de foot assure le lieutenant Stéphane, pour gagner les cœurs et les esprits.

Conseil : Faire lire la consigne de l'activité 2 et la boîte à outils à compléter. Faire écouter l'audio deux fois : une première fois pour que les apprenant-e-s complètent la boîte et une seconde pour qu'ils/elles vérifient leurs réponses. Si le nombre d'apprenant-e-s est réduit et si les moyens le permettent, projeter la boîte à outils au tableau et faire compléter par plusieurs apprenant-e-s. Dans le cas d'un grand groupe, laisser les apprenant-e-s réaliser l'activité individuellement puis leur demander de vérifier leurs réponses avec leur voisin-e. Leur préciser qu'ils-elles peuvent écrire le mot/l'expression phonétiquement s'ils-elles ne la connaissent pas.

Lors de la correction, demander aux apprenant-e-s s'ils-elles connaissent d'autres moyens d'action et les ajouter dans la boîte (ex : la distribution de médicaments, le largage de nourriture, la reconstruction de bâtiments publics, ...).

2. Écoutez le dialogue de nouveau puis complétez les deux premières parties de la boîte à outils.



EXPLIQUER DES STRATÉGIES DE GUERRE PSYCHOLOGIQUE

Expliquer les objectifs d'une mission

Présenter l'objectif général

- ➔ La guerre contre le terrorisme est aussi **affaire de psychologie**.
- ➔ **Toutes les actions qui sont entreprises** sont des actions qui ont **un effet militaire recherché**.
- ➔ **Toute opération se mène** à Barkhane ou ailleurs, dans un **environnement humain**.
- ➔ C'est un élément à **prendre en compte** dès **les premières réflexions de planification, de programmation des opérations**.

Expliquer le but des différentes actions

- ➔ Pourquoi on vient, pour ne pas **s'inquiéter**.
- ➔ **Ne pas être présent sur une zone** parce que ça va être une zone où on va **intervenir** et on souhaite avoir **une liberté d'action**.
- ➔ Les programmes peuvent **inciter, rassurer** les populations à agir, à ne pas agir, à se déplacer, à ne pas se déplacer.
- ➔ La guerre psychologique **vis** aussi **l'adversaire**.
- ➔ **L'influence cible** également la jeunesse.

Présenter des moyens d'action

Énumérer

- ➔ Premier moyen d'action, les tracts autocollants et autres flyers.
- ➔ Il y a deux moyens principaux qui sont utilisés.
- ➔ Second moyen d'une efficacité redoutable, c'est la radio.

Décrire

- ➔ Des flyers qui sont typiquement lumineux.
- ➔ L'armée est capable de monter ses propres antennes pour s'adresser par exemple à un village.
- ➔ C'est une radio FM qui permet de diffuser des programmes et des messages, de la musique, des informations sur la météo ou sur l'arrivée d'un convoi routier.
- ➔ Nous employons des interprètes qui enregistrent les messages dans les langues qui sont utilisées dans les zones que nous voulons toucher.
- ➔ C'est une radio qui rentre très facilement dans un véhicule tactique, qui permet d'être déployée très facilement.
- ➔ L'adversaire à qui l'on s'adresse avec des haut-parleurs quand il est proche.
- ➔ On peut diffuser des messages de reddition.
- ➔ Un message qui peut être un petit peu plus robuste, vigoureux, intense.
- ➔ Le largage de tracts, de flyers peut se faire aussi bien en cible sur une population que sur un ennemi.
- ➔ Une distribution de ballons de foot pour gagner les cœurs et les esprits.

Conseil : Faire lire la consigne de l'activité 3 et distribuer la transcription aux élèves (cf. annexe). Procéder de la même manière que pour l'activité 2. Leur demander s'ils-elles connaissent d'autres adjectifs, adverbes ou expressions pour souligner l'efficacité (ex : effectif-ive, puissant-e, efficacement, rapidement, ...)

3. Lisez la transcription et notez les expressions utilisées pour mettre en valeur l'efficacité de la stratégie présentée.

Mettre en valeur l'efficacité d'une stratégie

- Avec des adjectifs
 - ➔ Un moyen d'une efficacité redoutable
 - ➔ L'armée est capable de monter ses propres antennes
 - ➔ Un moyen privilégié
 - ➔ Le largage de tracts (...) est déstabilisant
- Avec des adverbes
 - ➔ C'est une radio qui rentre très facilement dans un véhicule, qui permet d'être déployée très facilement
- Avec des expressions
 - ➔ Le largage de tracts (...) a fait ses preuves par le passé
 - ➔ Le largage de tracts (...) peut démoraliser l'adversaire
 - ➔ Rien de mieux qu'une distribution de ballons de foot
 - ➔ Gagner les cœurs et les esprits

3 EXERCICE

🕒 Systématisation 🕒 10 minutes 🗣️ Production orale 🔄 En binômes

Conseil : Demander aux apprenant-e-s de former des binômes. Faire lire la consigne, leur distribuer les étiquettes et leur demander de les garder face cachée. Leur préciser que certains moyens d'action ne sont pas dans le texte et qu'ils-elles doivent donc imaginer leurs objectifs. Préciser qu'ils doivent s'aider des outils de la boîte précédente et varier les structures.

Circuler dans la classe pour écouter, corriger et valider.

Demander ensuite à des volontaires de donner leur réponse.

Par deux. À tour de rôle, piochez une étiquette, présentez le moyen d'action donné et expliquez ses objectifs à votre partenaire qui valide. Utilisez les structures de la boîte à outils.

Ex : étiquette « de la nourriture ».

Dans les zones de guerre, l'armée peut distribuer de la nourriture pour aider les populations locales touchées. Cette aide vise également à gagner les cœurs et les esprits.



des tracts de prévention	des jeux
un programme radio informatif	de l'équipement médical
une nouvelle école	un message de reddition
des fournitures scolaires	un réseau électrique

Pistes de réponses :

- Les tracts de prévention sont des documents papiers, souvent lumineux. Le largage de tracts permet de rassurer la population, de les informer des dangers...
- L'armée peut créer ses propres antennes et avoir sa propre radio. Cela permet de diffuser des programmes dans la langue de la zone pour communiquer avec les civil-e-s, les informer sur les zones touchées...
- Les messages de reddition sont des messages visant l'ennemi et qui sont diffusés avec des haut-parleurs. Ce sont des messages robustes, intenses... pour démoraliser...
- Pour cibler la jeunesse, on peut distribuer des jeux comme des ballons de football. Il n'y a rien de mieux pour gagner les cœurs et les esprits.
- Dans les zones touchées, l'armée peut fournir des équipements médicaux aux centres de santé pour aider les civil-e-s et donner une bonne image de l'armée...
- Dans les zones touchées par les combats, l'armée peut financer la construction d'une école pour améliorer la vie des civil-e-s, gagner les cœurs et les esprits, donner une image positive de l'armée...
- La distribution de fournitures scolaires permet d'aider les civil-e-s dans la vie quotidienne, de gagner leur confiance...
- L'armée peut réparer ou mettre en place un réseau électrique dans les zones touchées pour les aider à retrouver une vie normale...

4 EN SITUATION !

🕒 Réinvestissement 🕒 40 minutes 🗣️ Production orale 🔄 En binôme

Conseil : Demander aux apprenant-e-s de former des binômes. Faire lire la consigne et vérifier sa compréhension. Préciser que la présentation dure environ 5 minutes et que le public peut poser des questions. Afficher la grille d'évaluation pour qu'ils-elles puissent prendre connaissance des critères. Leur demander comment faire une présentation cohérente et vivante pour vérifier la compréhension. Si besoin, leur préciser qu'il faut organiser le discours en différentes parties et veiller à ce qu'il soit vivant et facile à suivre pour le public, grâce notamment à

une prononciation et une intonation claires, l'utilisation de supports, de questions pour le public, ... Pour gagner du temps et/ou si les moyens disponibles ne permettent pas de réaliser l'activité en classe, demander aux apprenant.e.s de ne préparer que le plan de leur présentation en classe et de la finaliser à la maison. Préciser qu'ils-elles peuvent utiliser un support numérique (Word, Powerpoint, Google Doc, Google Slide, ...).

Lors de la préparation, circuler dans la classe pour aider, écouter et corriger si besoin.

Avant les présentations, afficher la grille suivante et demander au groupe classe d'évaluer chaque présentation avec bienveillance, à l'aide de la grille. A la fin de chaque présentation, demander au groupe classe s'il a des questions à poser au binôme puis lui demander de donner des retours sur la présentation. Donner ensuite vos retours au binôme en vous basant également sur les critères de la grille.

Proposition de grille d'évaluation :

L'apprenant-e est capable de/d'...	★	★★	★★★
Expliquer les objectifs de la mission			
Décrire des moyens d'action			
Mettre en valeur l'efficacité d'une stratégie			
Faire une présentation cohérente et vivante			

Situation et tâche :

Par deux :

Vous êtes en mission sur le terrain dans une opération de lutte contre des groupes armés terroristes. Vous présentez un projet de coopération civilo-militaire visant à informer la population locale.

Préparation

1. Choisissez la zone de l'opération.
2. Recherchez des informations sur cette zone sur internet.
3. Élaborez la stratégie : objectifs, moyens, efficacité.
4. Préparez votre discours : veillez à sa cohérence et illustrez-le à l'aide de notes et d'images/photos avec un document support.

Présentation

Présentez votre travail à la classe à l'aide de vos notes et de votre document support. La classe pose des questions et donne ensuite ses impressions sur votre présentation.

Informations attendues dans la présentation :

- Les objectifs de la mission
- La description des moyens d'action
- La mise en valeur de l'efficacité de la stratégie

ANNEXE**TRANSCRIPTION**

- Franck Alexandre : Au Mali, ils sont omniprésents, les hommes du CIAE sont de toutes les opérations. La guerre contre le terrorisme est aussi affaire de psychologie, lieutenant Stéphane.
- Lieutenant Stéphane : Toutes les actions qui sont entreprises sont des actions qui ont un effet militaire recherché. Pourquoi on vient, pour ne pas s'inquiéter ou alors éventuellement de ne pas être présent sur une zone parce que ça va être une zone où on va intervenir et on souhaite avoir une liberté d'action. Donc les programmes peuvent inciter, rassurer les populations à agir, à ne pas agir, à se déplacer, à ne pas se déplacer. Toute opération se mène à Barkhane ou ailleurs, dans un environnement humain. On traverse des villes, des villages, c'est un élément à prendre en compte dès les premières réflexions de planification, de programmation des opérations.
- Franck Alexandre : Premier moyen d'action, les tracts autocollants et autres flyers.
- Lieutenant Stéphane : Il y a deux moyens principaux qui sont utilisés, soit des documents papiers, donc des flyers qui sont typiquement lumineux. Voilà, les objets explosifs, on va dire d'une manière générique, pour inciter la population, en particulier les enfants, à ne pas toucher des engins non-explosés qui seraient enfouis dans le sable.
- Lieutenant Stéphane : Second moyen d'une efficacité redoutable, c'est la radio. L'armée est capable de monter ses propres antennes pour s'adresser par exemple à un village.
- Franck Alexandre : Radio Inovox, donc c'est une radio FM qui permet de diffuser des programmes et des messages, de la musique, des informations sur la météo ou sur l'arrivée d'un convoi routier. La radio c'est un moyen privilégié de communication, l'internet, la télévision ne sont pas si développés, il n'y a pas forcément l'électricité. Nous employons des interprètes qui enregistrent les messages dans les langues qui sont utilisées dans les zones que nous voulons toucher. C'est une radio qui rentre très facilement dans un véhicule tactique, qui permet d'être déployée très facilement. L'antenne se monte en 30 minutes à peu près.
- Franck Alexandre : La guerre psychologique vise aussi l'adversaire à qui l'on s'adresse avec des haut-parleurs quand il est proche.
- Lieutenant Stéphane : On peut diffuser des messages de reddition effectivement lorsqu'un groupe armé est localisé. Ça va être un message qui peut être un petit peu plus robuste, un petit peu plus vigoureux, un petit plus intense. Alors ça ce sont des messages que nous diffusons à la voix directement avec des haut-parleurs. Le largage de tracts, de flyers peut se faire aussi bien en cible sur une population que sur un ennemi effectivement. C'est pas forcément le mode d'action le plus utilisé. Il a fait ses preuves par le passé, il est déstabilisant, il peut démoraliser l'adversaire donc on l'utilisera quand on en aura besoin oui.
- Franck Alexandre : L'influence cible également la jeunesse, rien de mieux qu'une distribution de ballons de foot assure le lieutenant Stéphane, pour gagner les cœurs et les esprits.