

Module 1: Presentation by Glen Mashinini, Chairperson - Electoral Commission of South Africa FR (French)

[00:00:18] Bienvenue et meilleurs voeux aux participant.es de ce cours en ligne sur l'information et les élections à l'ère du numérique, qui est organisé avec l'UNESCO et le Centre Knight pour le journalisme de l'Université du Texas. Mesdames et messieurs, cette présentation abordera plusieurs aspects sur le thème de: La révolution numérique comme l'une des plus grandes innovations de notre vie. L'évolution des communications, le continuum des médias comme présentés avec la télévision, la radio, la presse écrite, en ligne et numérique, dans le graphique ci-dessous. Vous pouvez voir à gauche les médias traditionnels et à droite la transition vers la révolution des médias numériques. Nous aborderons également le rôle des organes de gestion des élections (OGE), puis l'impact des nouveaux médias sur les élections à l'ère numérique. Enfin, nous étudierons l'expérience sud-africaine. Comme il a déjà été indiqué, les médias sont catégorisés soit comme traditionnels, soit comme numériques. Dans le nouveau paradigme de l'information, les médias traditionnels regroupent la radio, les panneaux d'affichage publicitaire ou la télévision. L'ère numérique regroupe les publications numériques, les e-mails, l'optimisation des moteurs de recherche, les plateformes de commerce électronique et surtout, les réseaux sociaux (Facebook, Instagram...) dont nous avons maintenant vu la prolifération dans le monde. En tant qu'OGE, nous avons un rôle à jouer d'un point de vue stratégique et opérationnel en analysant ce que l'ère numérique apporte à notre environnement. L'évolution nous a amenés à concevoir de nouvelles stratégies de communication multimédia en particulier lorsqu'il s'agit de campagnes médiatiques, d'activités éducatives, de formations, de marketing, de relations avec les médias, de la publicité, de promotion et de programmes de sensibilisation. L'un des outils pour identifier conceptuellement l'impact et le rôle des nouveaux médias pour nous, OGE, est d'analyser simplement les forces et les opportunités qu'offrent ces canaux, et au travers de ces forces et opportunités, d'être en mesure de nous adapter à la révolution numérique, en tirant parti de ses forces spécifiques. A l'inverse, les faiblesses et les menaces qui accompagnent toute nouvelle technologie, telle que la révolution numérique, doivent être examinées de près. A cet égard, notre rôle en tant qu'OGE est de voir comment atténuer ces facteurs de risques afin d'adapter nos campagnes et activités de communication tout en profitant des forces que les technologies apportent. Après avoir abordé le premier point de notre sujet, qui était de comprendre la révolution numérique et l'évolution des médias ainsi que le vaste domaine dans lequel nous nous trouvons aujourd'hui et ce que nous pouvons retirer de la révolution numérique en tant qu'OGE, il est important de rappeler quel est le rôle des OGE et comment nous pouvons tirer parti de ces opportunités mais aussi en atténuer les risques. Tout d'abord, les OGE sont inscrites dans la constitution et les lois de chaque pays, les élections doivent se dérouler dans un cadre défini légalement ainsi que dans des conditions propices à la liberté et à l'équité. Les OGE sont régis par des réglementations, des protocoles, des directives et de bonnes pratiques nationaux, régionaux, continentaux et internationaux, citons ici les Nations unies, l'Union africaine, également dans la région la CDAA (Communauté de développement de l'Afrique australe) et, dans notre pays nous avons un certain nombre de protocoles et de règlements que nous devons respecter, y compris notre loi électorale. Plus encore, en tant qu'institution interagissant avec la société au sens large, nous sommes également soumis à des principes, des normes, des règles et des valeurs. Un des fondamentaux consiste à favoriser l'accès à l'information et à responsabiliser les personnes dans leur rapport à l'information - le pouvoir des médias et le pouvoir de l'information étant cruciaux dans cet environnement -, ce qui nous engage à agir continuellement de manière transparente et inclusive. Dans le cadre des élections, nous avons un grand nombre de parties prenantes différentes, des ONGs aux acteur.rcies politiques, en passant par les représentant.es

d'institutions publiques. Toutes ces parties prenantes ont un rôle à jouer tout au long de la chaîne de valeurs des activités électorales et jusqu'à son étape finale, à savoir l'acceptation des résultats. Il est important que nous gardions cela à l'esprit tout au long du processus. Et comme test ultime, en tant que OGE, nous devons organiser des élections qui devront être perçues comme libres, justes et crédibles. De même toutes les parties prenantes devront reconnaître que les élections ont été menées avec une intégrité irréprochable et que les résultats sont également acceptés par tous. L'une des choses que je voudrais souligner ici est que nous savons que la principale cause de conflit dans le monde est provoquée par la contestation des résultats électoraux. En ayant ceci à l'esprit, il est important de partager avec vous tout d'abord ce que les OGE entendent conceptuellement et précisément par "cycle électoral". Le cycle électoral couvre trois étapes, mais il est important de souligner que celles-ci ne sont pas cloisonnées et qu'elles ont des activités communes tout au long du cycle. Il est convenu que ces catégories s'organisent autour des trois périodes: pré-électorale, électorale avec le vote et, enfin la période post-électorale. Toujours d'un point de vue conceptuel, juxtaposons le cycle électoral aux activités principales de communication et d'information qu'un OGE doit prendre en compte au cours des différentes étapes que je viens de décrire précédemment. Vous remarquez qu'il y a environ quatre ou cinq activités clés qui nécessitent de nous adapter à l'ère et à la révolution numériques. Ces activités incluent, par exemple, la gestion des parties prenantes. Pour ce faire, nous assurons la liaison et communiquons avec tous. Les candidat.es et les partis politiques et interagissons également avec des représentant.es de la société au sens large en organisant des webinaires et des échanges sur le thème du leadership. Cela inclut également la manière dont les campagnes d'information publiques permettent aux citoyen.nes de comprendre les plans et les activités qui conduisent aux élections et même après les élections. Nous menons également de nombreuses activités d'éducation électorale, d'éducation civique et de sensibilisation s'adressant à toutes les populations. Dans ce processus, il est fondamental pour nous de nous assurer que les messages et les informations que nous diffusons le soient également sur la multitude des plateformes numériques que nous avons identifiées et qui a été citée plus tôt dans cette présentation. Enfin, nous devons également former du personnel, nous avons des équipes internes qui doivent être formées de manière à avoir une compréhension standardisée des procédures et des activités opérationnelles. De même, nous formons les parties prenantes, les partis politiques qui font venir leurs membres, ainsi que les observateur.rices. Toute cela peut être réalisé et facilité avec l'aide des technologies numériques car pour certaines activités de formation, en particulier celles avec les président.es et le personnel des bureaux de vote, nous ne disposons que de 5 à 7 jours environ pour les préparer et être en mesure de déployer ces personnes. Aussi, le support numérique est pour nous un outil ou un ami essentiel pour atteindre nos objectifs. De même, prenons l'exemple des acteur.rices politiques dont l'enregistrement est désormais électronique ainsi que les processus de nomination des candidat.es. C'est important car cela évite de couper de nombreux arbres et d'avoir des personnes qui se retrouvent avec des piles et des piles de documents! Il est désormais possible de tout faire en ligne et d'économiser du temps en utilisant les plateformes numériques. Nous devons également délimiter, intégrer et diffuser les informations relatives aux bureaux de vote, pour informer du lieu et de la date du scrutin, de la logistique et des plans pour garantir que l'expérience de vote se déroulera à un niveau optimal et professionnel. C'est aussi en adaptant et en étant en mesure d'intégrer les outils numériques que nous sommes en mesure de fournir une expérience électronique de première classe dans le monde. Le jour du scrutin, nous assurons des étapes et des activités critiques tels que l'observation, les opérations de vote et le dépouillement. Ces étapes et activités particulières doivent être menées de manière visible, transparente et inclusive vis-à-vis des partis politiques et aussi du public ainsi que des leaders d'opinion

dans le pays. Egalement, les outils numériques sont largement déployés pour s'assurer que les personnes ont une compréhension claire des procédures et adhèrent à de toutes les étapes du processus afin de minimiser la présence de désinformation, les blocages, ou encore la manipulation des résultats. La technologie numérique est donc un outil majeur que nous avons utilisé. Et enfin, le jour des élections, l'annonce des résultats, le processus de décompte, la consolidation des résultats sur les sites de centralisation, les audits et la vérification des résultats ainsi que leur diffusion auprès du public deviennent une étape cruciale. Nous avons été témoins sur le continent, d'élections ayant été déclarées comme libres et équitables, être par la suite contestées puis annulées par la Cour constitutionnelle, à cause de manquements relatifs aux résultats, qu'il s'agisse de leur transmission, de leur vérification ou autre, mais cet aspect est le plus déterminant parmi toutes les mesures et le test ultime pour garantir le succès des élections. Et enfin, je pense qu'il y a l'étape à posteriori et la prise de recul par rapport à ce que l'on doit faire. Tout au long du cycle électoral et à tout moment, un ou plusieurs des différents outils et plateformes numériques sont utilisés par les membres des OGE pour s'assurer que les parties prenantes sont bien informées, que la communication, l'éducation et les formations sont menées rapidement. Maintenant, Mesdames et Messieurs, je pense que nous avons largement partagé ce qu'est la technologie numérique et ce qu'elle apporte à l'environnement des OGE. Nous aimerions illustrer cela en partageant l'expérience sud-africaine. Nous venons de tenir des élections locales en novembre 2021 et il y a un certain nombre de choses que nous sommes en mesure de partager avec vous. Parmi ces éléments, les médias en ligne et les réseaux sociaux ont été des canaux clés pour la Commission électorale d'Afrique du Sud dans sa communication sur la campagne municipale de 2021. Notre campagne peut être catégorisée en trois composantes: tout d'abord, le lancement initial d'une campagne de sensibilisation qui a comptabilisé plus de 16 millions d'impressions sur les principaux sites web d'actualités locales, d'information, de mode et de loisirs, ainsi que le service d'alerte vocal et écrit "Please Call Me's and SMSes". Ensuite, nous avons lancé la campagne d'inscription sur les listes électorales, qui s'est déroulée en septembre 2021. De nouveau, nous avons recueilli un modeste 27 millions d'impressions sur les principaux réseaux sociaux, sites web d'information, de mode et de loisirs que nous avons utilisés pendant cette campagne d'enregistrement. Enfin, la campagne électorale a enregistré une exposition et un engagement considérable en très peu de temps avec plus de 60 millions d'impressions et plus d'un million d'engagements, en grande partie sur les principales plateformes d'information et les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, Vodacom et les bannières wifi. Un autre succès que nous avons apprécié en Afrique du Sud est que 14 millions de personnes au total ont été touchées par les programmes télévisés, avec les téléspectateurs exposés à des messages d'éducation électorale quatre fois en moyenne. Un autre point significatif est la part d'audience chez le public cible des jeunes adultes qui a été équivalente à celle des autres catégories de personnes. Ce qui est important, est que nous commençons à voir que nous touchons les jeunes qui, selon nos observations, se sont davantage tournés vers les réseaux sociaux que devant la télévision. Cela nous permet donc de les atteindre. Pendant la campagne sur les réseaux sociaux, Facebook a enregistré la plus grande portée (reach) avec 8,3 millions, suivi de Twitter avec environ 4,4 millions et, en troisième position, Instagram avec une portée d'environ 1,2 millions. Nous avons également enregistré quelques réussites démontrant l'impact significatif de notre stratégie sur les réseaux sociaux. Entre juin et novembre avant les élections locales, l'OGE a généré de l'engagement sur ses réseaux sociaux. Parmi ces derniers, les jeunes ont été très présents sur Twitter, avec près d'un quart de million de jeunes engagés sur ce réseau et aussi sur Facebook avec un haut niveau d'engagement et 370 000 abonnés. La présence inédite de la Commission sur Instagram, la plateforme de partage de photos, a atteint la barre des 5 000, tandis que sa présence sur LinkedIn a augmenté de 70 %

pour passer à plus 1 900 abonné.es. Nous avons également eu une collaboration amusante avec TikTok, qui compte environ 9 millions d'utilisateur.ices, dont la plupart sont des jeunes. Nous avons également vu une plate-forme lancer une page d'information pour ses utilisateur.ices sud-africain.es, renvoyer les internautes vers le site web de la Commission électorale. Tout ce qui précède a pour but de partager nos observations pour informer sur la voie à suivre et les réflexions entre expert.es. L'une de nos observations est que la fracture numérique a entraîné un clivage entre la communication sur les canaux traditionnels et celle sur les supports numériques. En tant qu'OGE, nous nous efforçons d'être à l'avant-garde de la communication numérique parce que nous voyons cette dernière comme une aubaine pour nous, mais en même temps, nous sommes conscients qu'elle comporte certains risques liés à des menaces et faiblesses. Mais nous nous employons à utiliser les réseaux sociaux en raison de leur immédiateté, de leur rentabilité et de leur efficacité, en particulier auprès de nos publics cibles. Ceci a été confirmé par les résultats de l'enquête de satisfaction sur les élections de 2021 réalisée par le South African Human Science Research Council, que nous menons lors de chaque élection, sous forme de vote à la sortie des urnes dans le pays. Près de 48 % des électeur.ices interrogé.es lors de ces élections ont estimé que les réseaux sociaux sont une source d'information utile tandis que 50 % des répondant.es ont déclaré que les campagnes de communication traditionnelles sont aussi une source d'information utile. Ces résultats sont équilibrés, en conséquence de quoi, nous continuons à investir dans des campagnes sur les médias traditionnels, tels que la télévision, la radio, en particulier les radios communautaires, la presse écrite et la publicité extérieure (affichages...) ou encore les technologies de messagerie plus anciennes tels que les SMS, qui permettent d'atteindre les électeur.ices qui n'ont tout pas accès à la technologie ni aux données en ligne, ou qui préfèrent ces médias pour obtenir des informations de fonds et qui utilisent les réseaux sociaux pour des activités sociales et des divertissements. D'après nous, cela illustre le fait qu'il n'y a pas d'approche homogène de la communication avec les parties prenantes, d'où l'adoption d'une compréhension conceptuelle de l'évolution des médias pour atteindre les électeur.ices et les citoyen.nes. Une autre observation dans notre pays et dans le monde est que le pouvoir des réseaux sociaux est une force avec laquelle il faut compter. Ces derniers sont omniprésents dans toutes les activités humaines liées à l'information et ils ont radicalement changé le paysage médiatique. Ils sont devenus l'un des canaux officiels par lesquels les gouvernements communiquent avec les citoyen.nes. Nous l'avons vu pendant la période de pandémie de Covid19 ou lorsque le gouvernement distribuait un soutien et une assistance aux populations, ils sont devenus une plateforme très utile. De plus en plus, nous constatons, à l'échelle internationale et dans notre pays, qu'ils sont au cœur des campagnes des partis politiques avant, pendant et après les élections. Les femmes et les hommes politiques les ont beaucoup utilisés. Nous l'avons vu avec le succès d'Obama dans sa campagne et leur usage est passé à un niveau supérieur avec Donald Trump. Nous avons également constaté dans notre pays que les partis politiques les utilisent de manière assez intensive. C'est un nouveau terrain où les partis politiques se sont engagés pour gagner le cœur et l'opinion des électeur.ices. Inévitablement, cela nous a amené, en tant qu'OGE, à accepter et à nous adapter à ces nouveaux développements. Comme vous le savez, nous avons relevé dans notre analyse SWOT que la révolution numérique est un mélange de plusieurs éléments, qui comporte des forces et des opportunités. D'un autre côté, elle porte des faiblesses et des menaces qui peuvent déstabiliser les organismes de gestion électorale, à moins que les OGE restent fermement vigilants tout au long des activités face à un certain nombre de menaces et de faiblesses. Dans ce cadre, j'aborderai trois aspects: le premier est la désinformation qui nécessite de prendre des mesures d'atténuation et qui, via les plateformes numériques, se manifestent comme l'une des plus grandes menaces à la liberté, à l'équité et à la crédibilité des élections dans le monde. La désinformation se

définie comme une information fausse, inexacte ou trompeuse qui entend causer intentionnellement un préjudice. Et dans un contexte électoral, cela inclut de fausses informations destinées à affecter la participation et les résultats des élections. Nous savons maintenant que les élections sont des enjeux importants. La manipulation et la désinformation sont devenues omniprésentes, aussi en atténuant cette menace lors des élections générales et des élections locales en Afrique du Sud, nous avons dû adopter une approche structurée en faisant appel à des organisations non gouvernementales telles que Media Monitoring Africa (MMA), ainsi que des plateformes de médias sociaux avec Facebook, Google, TikTok, pour élaborer un plan pour faire face à ces défis. En outre, la lutte contre la désinformation est quelque chose que nous devons renforcer et cela est conforme à notre code et à nos lois électorales qui exigent qu'il n'y ait aucune information nuisible sur un.e quelconque candidat.e. En conclusion, Mesdames et Messieurs, je pense que nous devons, en tant que membres d'OGE et expert.es dans le domaine des élections, gérer les menaces et les faiblesses, tout en veillant, entre autres, à mettre en place des plans d'atténuation des risques. Les OGE ont un impératif crucial qui est de rester vigilant à la sécurité des listes électorales et de prendre les mesures nécessaires pour sécuriser les données et les processus électoraux, en plus de la réputation des OGE. Cette confiance dans l'information est essentielle dans le processus qui permet aux citoyen.nes de faire des choix éclairés. La guerre contre la désinformation et l'adaptation des OGE à la révolution numérique est pour nous un impératif stratégique, que tous les OGE devraient s'efforcer de réussir. Nous souhaitons bonne chance aux participant.es à ce cours et nous nous réjouissons de leur contribution positive et constructive en tant que citoyen.nes et expert.es actif.ves dans leurs pays respectifs. Je vous remercie.