DE NOUVELLES IDÉES DE :

Utiliser les outils médiatiques pour promouvoir les activités de plaidoyer

GIJTR

Global Initiative for Justice
Truth & Reconciliation

À PROPOS DE LA COALITION INTERNATIONALE DES SITES DE CONSCIENCE

La Coalition internationale des sites de conscience (ICSC) est un réseau mondial de musées, de sites historiques et d'initiatives locales qui se consacrent à la construction d'un avenir plus juste et plus pacifique en faisant participer les communautés à la commémoration des luttes pour les droits humains et à la lutte contre leurs répercussions contemporaines. Fondée en 1999, l'ICSC compte aujourd'hui plus de 300 Sites de conscience membres dans 65 pays. L'ICSC soutient ces membres par le biais de sept réseaux régionaux qui encouragent la collaboration et l'échange international de connaissances et de meilleures pratiques.

International Coalition of
SITES *of* CONSCIENCE

Pour en savoir plus, consulter le site www.sitesofconscience.org

Crédit photo: Justin Essah

À PROPOS DE CETTE BOÎTE À OUTIL

Si cette boîte à outils peut être utile aux organisations de la société civile en général, elle a été explicitement rédigée pour répondre aux besoins et aux contextes des partenaires locaux qui travaillent avec l'Initiative mondiale pour la justice, la vérité et la réconciliation. En ce sens, ce document accorde une attention particulière à la création et à la promotion de campagnes de plaidoyer qui amplifient les voix des survivant·es, répondent aux besoins holistiques des communautés sortant d'un conflit et offrent des suggestions pour déjouer les complications habituelles dans les contextes post-conflit, notamment les problèmes de sécurité et les tabous liés à la révélation d'histoires douloureuses. Publié en 2021 et conçu comme un guide concis, ce document fournit des conseils généraux sur l'élaboration, la mise en œuvre et le lancement de campagnes de plaidoyer. D'autres ressources sont incluses à la fin de cette boîte à outils et les partenaires de la GIJTR sont encouragés à nous contacter à l'adresse suivante coalition@sitesofconscience.org pour un soutien supplémentaire.

Pour finir, cette boîte à outils est mise à disposition avec une série d'images conçues en partenariat avec Amplifier, un laboratoire de graphisme à but non lucratif qui élabore des créations artistiques et des projets médiatiques pour donner de l'ampleur aux mouvements les plus importants de notre époque. Amplifier vise à élaborer des campagnes médiatiques qui font évoluer les mentalités et contribuent à modifier les récits nationaux, régionaux et internationaux en se fondant sur l'égalité, la dignité, la diversité, la vérité et la beauté. Ces images qui peuvent être utilisées pour soutenir toute une série d'initiatives en faveur de la vérité et de la justice, peuvent être téléchargées sous forme de posters, d'autocollants, de boutons et de GIF sur le site www.gijtr.org.

REMERCIEMENTS:

Écrit par :
Ashley Nelson, Allison Tucker et Angi Williams

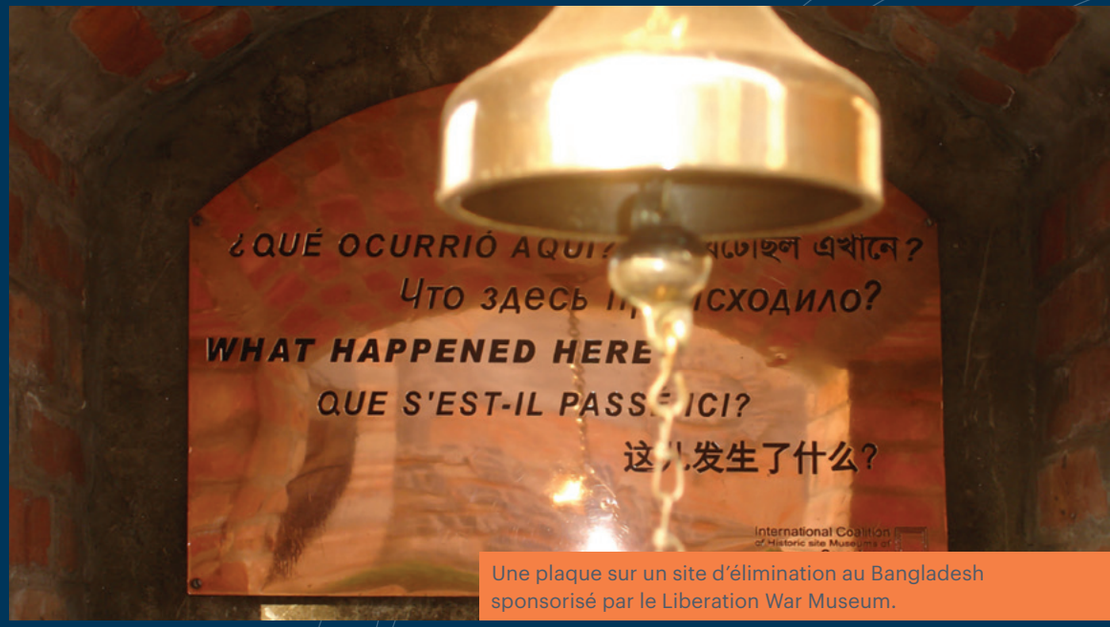
Apprenez-en davantage sur le site www.gijtr.org

A PROPOS DU CONSORTIUM DE L'INITIATIVE MONDIALE POUR LA JUSTICE, LA VÉRITÉ ET LA RÉCONCILIATION

Partout dans le monde, les appels à la justice, à la vérité et à la réconciliation se multiplient dans les pays où les conséquences de graves violations des droits humains jettent une ombre sur les transitions. Pour répondre à ce besoin, la Coalition internationale des sites de conscience (ICSC) a lancé en août 2014 l'Initiative mondiale pour la justice, la vérité et la réconciliation (GIJTR). L'objectif de la GIJTR est de faire face à de nouveaux défis dans les pays en conflit ou en transition qui luttent contre les conséquences de graves violations passées ou présentes des droits humains.

Le Consortium GIJTR (« le Consortium ») est composé des neuf organisations partenaires suivantes :

- Coalition internationale des sites de conscience, États-Unis (partenaire principal) ;
- American Bar Association Rule of Law Initiative (ABA ROLI), États-Unis ;
- Asia Justice and Rights (AJAR), Indonésie ;
- Centre for the Study of Violence and Reconciliation (CSVR), Afrique du Sud ;



Une plaque sur un site d'élimination au Bangladesh sponsorisé par le Liberation War Museum.

- Documentation Center of Cambodia (DC-Cam), Cambodge ;
- Due Process of Law Foundation (DPLF), États-Unis ;
- Forensic Anthropology Foundation of Guatemala (Fundación de Antropología Forense de Guatemala - FAFG), Guatemala ;
- Humanitarian Law Center (HLC), Serbie ; et
- Public International Law & Policy Group (PILPG), États-Unis.

En plus de tirer parti des différents domaines d'expertise des partenaires du Consortium, l'ICSC s'appuie sur les connaissances et les relations au niveau des communautés établies de longue date de ses plus de 300 membres dans 65 pays afin de renforcer et d'élargir le travail du Consortium. Les partenaires du Consortium, ainsi que les membres du réseau de l'ICSC, élaborent et mettent en œuvre toute une série de programmes d'intervention rapide et à fort impact, en utilisant des approches à la fois réparatrices et rétributives de la justice pénale et de la responsabilité des violations graves des droits humains. Le Consortium adopte une approche interdisciplinaire de la justice, de la vérité et de la responsabilité. Les partenaires du Consortium possèdent ensemble une expertise dans les domaines suivants :

- L'établissement de la vérité, la commémoration et d'autres formes de mémoire historique et de réconciliation ;
- La documentation des violations des droits humains à des fins de justice transitionnelle ;
- L'analyse médico-légale et d'autres initiatives liées aux personnes disparues ;
- La défense des victimes, notamment pour leur droit d'accès à la justice, au soutien psychosocial et aux activités d'atténuation des traumatismes ;
- La fourniture d'une assistance technique aux activistes et aux organisations de la société civile et le renforcement de leurs capacités à promouvoir les processus de justice transitionnelle et à y participer ;
- Des initiatives de justice réparatrice ; et
- La garantie et l'intégration d'une égalité de traitement des femmes et des hommes dans ces processus de justice transitionnelle.

Compte tenu de la diversité des expériences, des connaissances et des compétences au sein du Consortium et des membres du réseau de l'ICSC, la programmation du Consortium offre aux pays sortant d'un conflit ou d'un régime répressif une occasion unique de répondre aux besoins de justice transitionnelle dans les meilleurs délais, tout en favorisant la participation au niveau local et en renforçant les capacités des partenaires au niveau communautaire.

Participants à l'initiative de témoignages d'El Castillo Dolls sur la vérité en Colombie, 2018.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

Plaidoyer et changement social 8

Médias, plaidoyer et justice transitionnelle 13

Comment utiliser cette trousse d'outils 15

AVANT DE COMMENCER

Sécurité 16

Besoins, préparations et préoccupations en matière de sûreté physique 17

- Connaître vos droits internationaux 17
- Connaître vos droits locaux 18
- Besoins, préparatifs et préoccupations en matière de sûreté numérique 19
- Besoins, préparations et préoccupations en matière de sûreté psychosociale 20

ÉTAPES DE BASE POUR LA CRÉATION D'UNE CAMPAGNE DE PLAIDOYER

Une campagne en huit étapes 22

1. Définir les objectifs de votre campagne 23
2. Recherche 24
3. Parties prenantes et publics cibles 25
   - 3.1. Partenariats et alliés 27
   - 3.2. Travailler avec les survivant·es 28
4. Élaborer un message 33
5. Connaître vos ressources et votre budget 35
6. Planification de stratégies médiatiques 35
7. Calendrier 39
8. Mesurer et documenter l'impact 39

RÉSEAUX SOCIAUX ET PLAIDOYER

Réseaux sociaux 101 43

EXEMPLES DE PLAIDOYER DANS LE MONDE

Sensibilisation 48

- Marquer leur mémoire 49
- Cartographie de la région mena 49
- Initiative « Bringing stories home » 50

Partager les histoires des survivant·es 51

- Les souvenirs du quotidien 51
- L'expérience des femmes dans les conflits 52
- Jamais oublié 52
- Des survivant·es debout 53
- Humans of New York (« les Humains de New York ») 54

Créer le dialogue 55

- Les canaux de confiance 55
- Documenter aujourd'hui le passé 56
- Des murs qui parlent 57

Conclusion 58

RESSOURCES 59

- Médias, plaidoyer et justice transitionnelle 59
- Freedom of speech and expression 59
- Sécurité et plaidoyer 59
- Création de campagnes de plaidoyer 60
- Médias sociaux, auditoires et marketing 61
- Approches pratiques du plaidoyer, de l'art et de la justice sociale 61

INTRODUCTION

Plaidoyer et Changement Social

Les initiatives de plaidoyer sont des armes puissantes pour combattre la violence et les maltraitances systémiques et lutter pour la vérité, la justice et la responsabilité. Les initiatives de plaidoyer au niveau local visent à changer ou à influer sur un système politique, économique ou social. Selon le type d'initiative de plaidoyer et ses objectifs, les organisateurs peuvent mettre en œuvre différentes tactiques, stratégies et initiatives de mobilisation. Certaines initiatives de plaidoyer visent à sensibiliser et à informer le public sur un problème social, tandis que d'autres initiatives peuvent se concentrer sur un programme législatif et la mise en œuvre de politiques spécifiques au niveau local ou national.

Les initiatives de plaidoyer luttent contre les conséquences des violations des droits humains et contribuent à la construction d'un avenir pacifique car, avant toute chose, elles brisent le silence qui entoure les abus et l'oppression systémique tout en donnant la parole aux victimes et en créant un espace pour elles. Le silence et l'invisibilité sont deux des moyens utilisés par les régimes oppressifs pour favoriser les violations flagrantes des droits humains et les cultures d'impunité. Les États peuvent imposer le silence en intimidant et en réprimant les voix dissidentes, ce qui peut se produire de manière implicite ou explicite. En refusant de s'engager dans des processus d'établissement de la vérité et de réconciliation, les États renforcent simultanément l'invisibilité en marginalisant et en ignorant davantage les victimes de conflits et de violations.

Depuis le mouvement des droits civiques aux États-Unis et la lutte contre l'apartheid en Afrique du Sud jusqu'aux soulèvements du printemps arabe, les activistes ont utilisé des campagnes de plaidoyer pour forger des changements sociaux concrets et parfois radicaux, en attirant l'attention sur les injustices, en mettant en avant les expériences des

Tahrir Square pendant la révolution arabe en Égypte. Crédit image : Giusi Cosentino

victimes et en demandant des comptes. Un plaidoyer efficace implique de mobiliser à la fois les sentiments et les esprits, et d'éduquer les alliés et les nouveaux publics, mais aussi de définir des objectifs stratégiques chronologiques à court et à long terme, ainsi qu'une planification intergénérationnelle.

Bien que les exemples ci-dessus aient fait l'objet d'une mobilisation mondiale, les leçons tirées de ces exemples peuvent être reproduites à plus petite échelle au sein des communautés locales. En fait, les mouvements sociaux de grande ampleur, nationaux ou internationaux sont souvent alimentés par un activisme et des initiatives de plaidoyer à plus petite échelle, au niveau communautaire. La marche sur Washington de 1963, au cours de laquelle Martin Luther King Jr. a prononcé son célèbre discours « I Have a Dream », n'aurait jamais eu lieu sans le boycott des bus de Montgomery en 1955, l'arrêt Brown v. Board of Education, qui a interdit la ségrégation dans les écoles américaines (1954), ou le courage de Recy Taylor, une Afro-Américaine qui, en 1944, a déclenché l'indignation de la communauté noire en racontant qu'elle avait été violée par six hommes blancs. Chacune de ces actions a été initiée et soutenue par des activistes locaux et des organisations de la société civile - comme celles qui travaillent en étroite collaboration avec l'Initiative mondiale pour la justice, la vérité et la réconciliation. Cette boîte à outils vise à faire découvrir les étapes de planification essentielles et les points à considérer lorsque des groupes de la société civile développent une initiative de plaidoyer numérique et/ou sur le terrain. De nombreuses campagnes ont une composante médias numériques ainsi qu'une composante sur le terrain et ce kit d'outils vise à prendre en compte la planification des deux.

Les médias sont une composante essentielle de toutes les initiatives de plaidoyer. **Depuis les images emblématiques « I am a Man » de la grève des agents d'assainissement à Memphis, aux Etats-Unis, en 1968, jusqu'aux photos de Las Madres de la Plaza de Mayo (« les mères de la place de Mai » en français) à Buenos Aires, en Argentine,** des images puissantes contribuent à enraciner diverses luttes pour la justice sociale dans les récits culturels. Dans un environnement médiatique planétaire où prévaut une certaine apathie, des supports percutants humanisent les survivant·es de l'oppression auprès des communautés qui ne connaissent pas leur histoire. Des supports efficaces peuvent mobiliser les gens, permettre la création de coalitions et faciliter les partenariats - autant d'éléments essentiels à une campagne de sensibilisation de la population locale.

De multiples facteurs rendent les initiatives de sensibilisation de la population locale particulièrement efficaces aujourd'hui - la généralisation des réseaux sociaux étant le plus important. Selon le rapport de 2020 «"Digital State of the Union"» de Hootsuite, 5,2 milliards de personnes ont un téléphone dans le monde, 4,5 milliards de personnes sont connectées à Internet et 3,8 milliards de personnes (environ la moitié des 7,7 milliards d'habitants de la planète) utilisent activement les réseaux sociaux. Si les activistes peuvent utiliser les plateformes - notamment Instagram, YouTube, Facebook, Twitter, TikTok et Whatsapp - pour mettre en avant leurs propres récits et partager directement leurs propres histoires, leurs initiatives peuvent également être discréditées et marginalisées par ces mêmes plateformes. Les règles de régulation du contenu sont souvent appliquées de manière arbitraire ou renforcent les systèmes d'oppression. La censure, les campagnes de désinformation (fausses informations diffusées sciemment) et de mésinformation (fausses informations diffusées sans intention malveillante), la publicité, la censure fantôme (« shadow banning » en anglais) et les hypertrucage (« deep fakes » en anglais) sont répandus sur toutes les plateformes de réseaux sociaux et ont un impact sur l'efficacité des initiatives de plaidoyer. L'efficacité, la sécurité et la sûreté de tous les activistes et organisateurs sur le plan numérique et physique sur le terrain doivent être une priorité pour chaque mouvement et initiative de plaidoyer.

Les travailleurs sanitaires frappent à Memphis, TN en 1968. Image crédit : Richard L. Copley

Les mères de ceux qui ont disparu en Argentine ont commence protester pour le retour en toute sécurité de leurs proches en avril. 1977 – beaucoup restent encore aujourd'hui. Crédit d'image : Wiki Commons

En outre, l'accessibilité croissante de l'internet et des réseaux sociaux signifie que les communications au niveau mondial sont de plus en plus présentes au niveau local. Les campagnes de plaidoyer qui pouvaient rester locales ou régionales sont maintenant souvent capables d'atteindre et d'influencer des alliés dans d'autres pays et contextes. Cette prolifération croisée de la communication à l'échelle mondiale crée un éventail de partenariats potentiellement bénéfiques. Qu'il s'agisse de partenariats avec d'autres groupes d'activistes, de soutiens financiers ou de réseaux de solidarité, ces relations peuvent offrir une gamme holistique de compétences en matière de création de mouvements et de renforcement des capacités afin de soutenir et d'étendre les initiatives locales de la société civile.

Les coalitions et les partenariats à l'échelle mondiale créent également un langage commun autour des droits humains, introduisant et normalisant les concepts liés à la vérité et à la justice dans la vie quotidienne des citoyens et mobilisant des ressources contre les États et les responsables politiques répressifs.

Il existe plusieurs exemples de construction de mouvements locaux qui deviennent mondiaux, notamment #BlackLivesMatter. Fondé en 2013, Black Lives Matter (BLM)) (« La vie des personnes noires comptent » en français) est un « mouvement activiste international, issu de la communauté afro-américaine, qui fait campagne contre la violence et le racisme systémique envers les personnes noires ». C'est aussi l'une des campagnes de plaidoyer les plus réussies qui s'est développée sur les réseaux sociaux et a galvanisé des millions de personnes en Amérique du Nord et dans le monde entier pour faire face au racisme systémique.

Le hashtag #BlackLivesMatter a été utilisé pour la première fois sur les réseaux sociaux en réaction à l'acquittement, en 2013, de George Zimmerman pour le meurtre de Trayvon

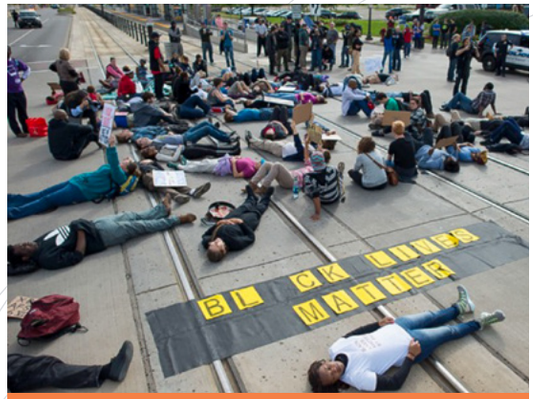
Martin, âgé de 17 ans. Trayvon Martin, un adolescent afro-américain non armé et sans casier judiciaire, a été abattu par George Zimmerman. Cet événement, et l'acquittement de George Zimmerman qui s'en est suivi, ont suscité une indignation nationale appelant à mettre fin à la violence touchant les personnes noires présente dans le système de justice pénale des États-Unis et dans les systèmes sociétaux en général.

De ce qui n'était au départ qu'une présence sur les réseaux sociaux, le mouvement #BlackLivesMatter a pris de l'ampleur, notamment après le meurtre de Michael Brown en 2014 à Ferguson, dans le Missouri, et celui d'Eric Garner la même année à New York. Dans l'ensemble des États-Unis, le mouvement a été défendu par des organisations locales de la société civile, chacune à leur manière, en adaptant les valeurs communes à leur propre contexte. Les organisations locales ont organisé des manifestations de rue et d'autres actions concrètes, telles que des manifestations couchées (« die-ins » en anglais, des campagnes politiques et législatives, des boycotts économiques, des rassemblements et des œuvres d'art public, qu'il s'agisse de peintures murales ou de performances artistiques. En 2020, le mouvement s'est transformé en un soulèvement racial international et en une « prise de conscience globale » du racisme après le meurtre de George Floyd par le policier de Minneapolis, Derek Chauvin.

Des manifestants pacifiques lors de la démonstration #BlackLivesMatter à Salzbourg, en Autriche. Crédit d'image : Simone Fischer

#BlackLivesMatter a catalysé et continue de mobiliser les communautés du monde entier pour protester contre les injustices systémiques qui se produisent dans leurs propres communautés. En 2020 , les États-Unis ont connu une augmentation des manifestations de BLM et des activistes de nombreux pays, dont le Brésil, la Russie, la Chine et la Palestine, sont descendus dans la rue pour coordonner des manifestations de grande ampleur.

Plusieurs autres mouvements, organisations et activistes ont vu le jour dans le monde, issus du mouvement BLM, notamment la Black Lives Matter Global Network Foundation (BLMGN), dont la mission est de promouvoir le travail des activistes et des organisateurs au sein de ce mouvement. À titre d'exemple, en 2021, la fondation BLMGN s'est publiquement engagée à soutenir les Palestinien·nes à la suite d'une résurgence de violences de masse contre les Palestinien·nes dans le conflit israélo-palestinien. Ce mouvement, qui a commencé en ligne, s'est traduit par une mobilisation internationale massive, a influencé l'éducation publique, a modifié la législation et changé les pratiques oppressives tout en construisant une solidarité mondiale contre la violence ciblant les civils et en donnant une voix aux populations marginalisées.



Une Black Lives Matter meurt sur des voies ferrées, protestant contre la brutalité policière présumée à Saint Paul, dans le Minnesota le 20 septembre 2015. Crédit d'image : Wiki Commons

Médias, plaidoyer et justice transitionnelle

Les activités de plaidoyer et la mobilisation des médias peuvent également jouer un rôle important dans les pays qui connaissent des processus de justice transitionnelle. Si un pays dispose de médias relativement libres (ce qui est loin d'être le cas dans de nombreux contextes post-conflit) les médias peuvent non seulement mettre en lumière les auteurs de crimes et les questions de responsabilité, mais aussi offrir et promouvoir des plateformes pour les victimes et les survivant·es, en humanisant les personnes stigmatisées et en montrant la diversité et la profondeur de leurs histoires. Dans le meilleur des cas, les médias peuvent être un vecteur de communication, rendant plus facilement compréhensibles des processus politiques et juridiques lourds. L'exemple le plus cité est celui de l'Afrique du Sud, dont la commission vérité a été largement couverte par la presse. « Contrairement à de nombreuses autres commissions de vérité », a noté Alex Boraine, vice-président de la TRC du pays, « celle-ci était au centre de l'attention, et de la couverture médiatique, en particulier à la radio, a permis aux populations démunies, aux populations analphabètes et aux personnes vivant dans les zones rurales de participer à ses travaux, de sorte qu'il s'agissait véritablement d'une expérience nationale plutôt que d'une expérience limitée à une petite poignée de commissaires sélectionnés ».

Un atelier pour les journalistes et activistes sur la justice transitionnelle, animé par l'Initiative mondiale pour la justice, la vérité et la réconciliation en juillet 2018.

Que es médias soient bienveillants, clivants ou partiaux, comme ce fut le cas, notamment, au Pérou et en ex-Yougoslavie, les campagnes de plaidoyer sont plus fortes lorsqu'elles incluent une stratégie de sensibilisation des médias. Comme nous le verrons plus loin dans cette boîte à outils, cette relation peut prendre de nombreuses formes, de la formation des journalistes aux processus de justice transitionnelle afin qu'ils puissent couvrir efficacement les procédures, à la fourniture de recommandations aux journalistes pour s'entretenir avec les survivant·es, en passant par la lutte contre une couverture médiatique unilatérale. En définitive, l'un des principaux objectifs d'une campagne de plaidoyer dans un contexte de conflit ou de post-conflit est de créer des espaces démocratiques où les personnes marginalisées sont autorisées à s'exprimer, à être entendues et respectées par le reste de la société civile et les principales parties prenantes. Dans l'idéal, les défenseur·es, les activistes et les médias peuvent travailler ensemble pour y parvenir, comme ce fut le cas en Ukraine, où beaucoup ont attribué aux premiers tweets des activistes et des journalistes le rôle de catalyseur principal qui a poussé des centaines de milliers d'Ukrainien·nes dans les rues lors des manifestations de l'Euromaidan en 2014.

Comment utiliser cette boîte à outils

Bien que cette boîte à outils puisse être utile aux organisations de la société civile en général, elle a été explicitement rédigée pour répondre aux besoins et aux contextes des partenaires locaux qui travaillent avec l'Initiative mondiale pour la justice, la vérité et la réconciliation. Dans ce sens, il accorde une attention particulière à la création et au partage de campagnes de plaidoyer qui amplifient les voix des survivants, répondent aux besoins holistiques des communautés qui émergent des conflits, et offrent des suggestions pour naviguer complications fréquentes dans les contextes post-conflit, y compris les problèmes de sécurité et les tabous autour de la discussion d'histoires douloureuses. Destiné à servir de guide concis, il fournit des conseils généraux sur le développement, la mise en œuvre et le lancement de campagnes de plaidoyer. Des ressources supplémentaires sont incluses à la fin de cette boîte à outils, et les partenaires GIJTR sont encouragés à contacter coalition@sitesofconscience.org pour obtenir du soutien supplémentaire.

Enfin, cette boîte à outils est disponible avec une gamme d'images qui ont été conçues en partenariat avec Amplifier, un laboratoire de conception à but non lucratif qui construit des expériences artistiques et médiatiques pour amplifier les mouvements les plus importants de notre époque. Amplifier vise à créer des campagnes médiatiques qui changent la culture et changent les récits nationaux, régionaux et internationaux enracinés dans l'égalité, la dignité, la diversité, la vérité et la beauté. Ces images - qui peuvent être utilisées pour plaider en faveur de toute une série d›initiatives en faveur de la vérité et de la justice - peuvent être téléchargées sous forme de posters, stickers, boutons et GIFs en visitant le site www.gijtr.org.

AVANT DE COMMENCER

Sécurité

Avant de commencer à concevoir et à mettre en œuvre une campagne de plaidoyer, il y a plusieurs facteurs à prendre en compte. Le premier d'entre eux devrait toujours être la sécurité, celle des activistes ainsi que celle de ceux et celles qui les aideront, y compris les victimes, les témoins, les interprètes, etc. Il est utile de réfléchir aux problèmes de sécurité selon trois dimensions : physique sur le terrain, numérique et psychosociale ; les précautions à prendre pour répondre à ces problèmes potentiels de sûreté peuvent se recouper dans ces trois dimensions. Souvent, les préoccupations en matière de sécurité seront largement déterminées par le climat politique et culturel en matière d'activisme dans un pays donné. Bien qu'il soit impossible de passer en revue tous les contextes dans cette boîte à outils, voici quelques mesures qui peuvent être prises pour résoudre certains problèmes de sécurité courants.

Même dans les meilleures circonstances, les plaidoyers comportent des risques. Dans certains contextes, l'organisation d'une campagne publique de plaidoyer, telle qu'une manifestation ou un événement public, peut présenter trop de risques pour les organisateurs et les participant·es. Dans ces cas (des exemples suivront plus loin dans la boîte à outils), des campagnes « souterraines » ou numériques peuvent être plus adaptées. Cependant, si une campagne en personne est possible, prendre certaines précautions, et les diffuser auprès de vos collègues, peut atténuer ces risques. Nous pouvons citer notamment :

Besoins, préparations et préoccupations en matière de sûreté physique

Connaître vos droits internationaux

La Déclaration universelle des droits de l'homme, adoptée par les Nations Unies en 1948, détaille trente droits humains fondamentaux qui doivent être universellement protégés, dont plusieurs sont liés au plaidoyer, tels que le droit à la liberté d'opinion et d'expression, le droit à la liberté de réunion et d'association pacifiques, le droit à un procès équitable et public devant un tribunal indépendant et impartial et le droit de ne pas être soumis à une arrestation, une détention et/ou un exil arbitraires.

Bien qu'ils ne soient pas juridiquement contraignants, les droits et protections énoncés dans la Déclaration ont façonné de nombreux traités internationaux sur les droits humains et influencé de nombreuses constitutions et cadres juridiques nationaux. Ils constituent également la base du droit international des droits humains, y compris les traités internationaux des Nations unies relatifs aux droits humains, qui sont contrôlés par des comités composés d'experts indépendants chargés d'évaluer leur mise en œuvre. Ces comités comprennent, entre autres, le « Comité pour l'élimination de la discrimination à l'égard des femmes », le « Comité des droits de l'enfant » et le « Comité sur les disparitions forcées ». Si tous les pays, même ceux qui ont ratifié certains traités, ne respectent pas les normes qui y sont énoncées, il est utile de se familiariser avec ces documents. Non seulement ils peuvent donner du pouvoir aux activistes sur le plan personnel, mais ils ont un poids important dans la politique internationale, ce que même les gouvernements les plus oppressifs ne peuvent éviter complètement. Consulter ce site Web pour connaitre les traités ratifiés par pays.

Connaître vos droits locaux : Quels sont vos droits constitutionnels dans votre pays et dans votre ville ?

Chaque pays possède des constitutions ou des cadres juridiques différents qui délimitent et protègent les droits de plaidoyer de la société civile. Il est important de savoir quels droits sont légalement protégés dans votre contexte, tout en reconnaissant que sur le terrain, l'application et la mise en œuvre réelles de ces droits diffèrent. Il peut être utile de diffuser ces informations à votre communauté avant une campagne, par le biais des réseaux sociaux ou d'infographies.

Bien que cela soit spécifique au contexte des États-Unis, l'American Civil Liberties Union conseille ce qui suit pour les droits des manifestants (en anglais) :

- Vos droits sont les plus forts dans ce que l'on appelle les « forums publics traditionnels » , tels que les rues, les trottoirs et les parcs. Vous pouvez avoir le droit de vous exprimer dans d'autres lieux publics, comme les places situées devant les bâtiments gouvernementaux, tant que vous ne bloquez pas l'accès au bâtiment gouvernemental ou que vous n'interférez pas avec d'autres objectifs pour lesquels le lieu a été conçu.
- Les propriétaires de biens privés peuvent fixer des règles concernant la liberté d'expression sur leur propriété. Le gouvernement ne peut pas restreindre votre liberté d'expression s'il a lieu sur votre propre propriété ou avec le consentement du propriétaire.
- Les contre-manifestants ont également le droit de s'exprimer librement. La police doit traiter les manifestants et les contre-manifestants de la même manière. La police est autorisée à séparer les groupes antagonistes mais doit leur permettre de se voir et de s'entendre.

Ce que vous devez faire : Qu'il s'agisse d'organiser un rassemblement de protestation, de créer et de documenter des archives publiques pour enregistrer les violations des droits humains ou d'installer une exposition d'art public, obtenir les permis et autorisations appropriés auprès des autorités locales. De même, le cas échéant, accédez au lieu en repérant les sorties sûres et faciles, ainsi que le niveau de présence policière.

Préparer un sac : Si vous participez à un événement de plaidoyer en personne, apporter de l'eau et rester hydraté. Apporter des collations riches en protéines, comme un assortiment de noix ou des barres énergétiques. Si vous prenez des médicaments quotidiennement, en apporter une petite réserve.

Désamorcer la situation : Même une manifestation ou un événement pacifique peut devenir violent, il est donc important de rester vigilant. En cas de troubles, il est conseillé de quitter les lieux immédiatement. Le plaidoyer peut être émotionnellement éprouvant et les personnes peuvent se montrer instables si elles sont à nouveau traumatisées, ce qui peut déclencher un comportement irrationnel ou violent. Si vous choisissez ou êtes obligé de rester, faites de votre mieux pour désamorcer la situation par votre langage corporel : garder vos mains visibles, diminuer le niveau sonore si vous parlez.

En même temps, se préparer à l'escalade : Les gaz lacrymogènes et les produits chimiques peuvent être utilisés par la police et les forces de l'ordre contre les manifestants (même si les gaz lacrymogènes sont des agents chimiques et sont donc interdits par la Convention de Genève). Bien que la probabilité que cela se produise dépende du contexte, se préparer à cette éventualité (même si vous pensez qu'elle est peu probable). Ne pas porter de lentilles de contact, ne pas se frotter les yeux et n'utiliser que de l'eau pour vous nettoyer les yeux si vous êtes exposé au gaz lacrymogène. Prendre une douche dès que vous le pouvez. Et surtout, en toutes circonstances, faire de son mieux pour rester calme et ne pas paniquer.

Besoins, préparatifs et préoccupations en matière de sûreté numérique

Désactiver le partage de la localisation : Si vous avez l'habitude de partager votre position par GPS avec vos amis ou votre famille à l'aide d'un smartphone, coordonner plutôt une heure et un lieu de rendez-vous lorsque vous allez assister à une manifestation ou à un événement de plaidoyer. Ne pas publier votre localisation sur les réseaux sociaux. Ces données peuvent être utilisées pour la surveillance et le suivi. Vous pouvez également avoir besoin de votre téléphone pour passer des appels d'urgence ; désactiver les services de localisation peut également permettre d'économiser la batterie.

Être prudent en matière de diffusion en direct (« live-streaming » en anglais) : Si la diffusion en direct (et la documentation) d'un événement peut être un outil extrêmement puissant pour faire avancer une campagne de plaidoyer, elle peut également être dangereuse pour les participant·es et les personnes présentes. Tant pour votre propre sûreté que pour celle des personnes qui vous entourent, le cas échéant, filmer la scène ou les intervenant(e)s qui sont conscient(e)s des conséquences potentielles d'une prise de parole en public. Filmer depuis l'arrière de la foule pour contribuer à l'anonymat et à la protection des activistes afin que leurs visages ne soient pas reconnaissables.

- WITNESS, une organisation internationale qui utilise la vidéo pour faire avancer la défense des droits humains, a publié en anglais Tips for Livestreaming Protests (« Conseils pour la diffusion en direct des manifestations » en français).

- Pour assurer la sûreté des participants dans des contextes particulièrement sensibles, documenter, filmer, enregistrer et prendre des photos de l'action, mais ne pas les publier sur une plateforme publique de réseaux sociaux avant d'avoir explicitement obtenu le consentement de toute personne identifiable sur les images.

Sécuriser votre téléphone (et prévoir un plan de secours) : Lors d'un événement en personne, comme une manifestation ou une veillée, si vous avez un téléphone, le protéger par un mot de passe. Si vous avez un téléphone avec reconnaissance faciale ou d'empreintes digitales, désactiver ces fonctions. Cela permettra de protéger votre vie privée au cas où votre téléphone serait saisi par les forces de l'ordre. Il est également conseillé de se souvenir, ou d'écrire sur votre corps, le numéro de téléphone d'une association d'aide ou d'un confident proche qui pourra vous aider si votre téléphone est confisqué ou égaré. Si vous vous trouvez dans une région isolée, il est bon d'emporter un téléphone satellite pour les urgences.

Utiliser des plateformes de messagerie cryptées, en particulier pour planifier les aspects sensibles d'une action ou d'un événement : De nombreuses applications de messagerie ne respectent pas les règles de confidentialité ou peuvent facilement être surveillées, piratées ou infiltrées. L'utilisation de la messagerie cryptée de bout en bout pour vos informations les plus sensibles lors de la planification d'un événement de plaidoyer peut aider à protéger votre sûreté et celle de tous les participants.

Si vous pensez que vos droits ont été bafoués, l'American Civil Liberties Union vous suggère d'écrire tout ce dont vous vous souvenez. Si l'incident a impliqué un agent des forces de l'ordre ou de la police, essayer de noter les numéros de badge et les plaques de voiture de patrouille des agents, ainsi que le nom du service pour lequel ils travaillent. Obtenir les coordonnées des témoins et prendre des photos des blessures éventuelles. Partager cette documentation via une plateforme cryptée avec un proche de confiance.

Besoins, préparations et préoccupations en matière de sûreté psychosociale :

Lorsque vous vous trouvez dans une situation stressante, observer d'abord votre environnement et évaluer les menaces potentielles imminentes. Avant un événement en personne, réfléchir à la manière dont vous allez résoudre ou atténuer ces menaces afin de prévenir les dommages et d'éviter la violence si elles se produisent. Pendant l'événement, si une menace se manifeste, essayez de respirer calmement pendant que vous répondez et veiller à vous mettre et à mettre les autres à l'abri.

Bilan holistique : Après tout événement en personne ou tout facteur de stress lié à Internet, faire le point personnellement et avec votre équipe. Prévoir des moments de bilan et de réflexion. La réflexion active est une composante essentielle du déroulement après un événement de plaidoyer. Quels éléments de la planification ont été couronnés de succès ? Quels éléments de l'initiative doivent être améliorés pour un futur plaidoyer ?

Se faire accompagner par un partenaire (ou deux) : Il est préférable d'assister aux événements de plaidoyer avec au moins une autre personne et de prévoir un plan de secours au cas où vous seriez séparés. Il s'agit là également d'un élément de la sûreté physique. Il est également important de dire à au moins une personne qui ne participe pas à l'événement où vous vous trouvez en cas d'urgence.

Décompresser : Les activités de plaidoyer peuvent être éprouvantes mentalement et physiquement. Il est particulièrement essentiel, dans les situations de conflit et de post-conflit, de créer un espace pour se détendre et décompresser afin de s'assurer que les activistes et les organisateurs ne risquent pas de s'épuiser et de se sentir désespérés.

Liste de ressources utiles :

Dépliant sur la sûreté lors des manifestations (en anglais) (Amnesty International) https://www.amnestyusa.org/pdfs/SafeyDuringProtest_F.pdf

Conseils de sûreté de Greenpeace (en anglais) (Greenpeace) https://www.greenpeace.org/usa/toolkits/protest-safety-tips-from-greenpeace/

Organisation Human Rights Campaign (en anglais) (Human Rights Campaign) https://www.hrc.org/news/tips-for-protesting-peacefully-and-safely

Frontline Medics propose un guide (en anglais) pour manifester en toute sûreté, spécialement conçu pour la pandémie et les problèmes de sécurité liés à la pandémie (Frontline Medics) https://www.instagram.com/p/CA5b2Dkg9VI/

ÉTAPES DE BASE POUR LA CRÉATION D'UNE CAMPAGNE DE PLAIDOYER

Une campagne en huit étapes

1. Définir les objectifs de votre campagne
2. Recherche sur les acquis historiques et les récents plaidoyers sur cet objectif
3. Parties prenantes et public cible
   - 3.1. Partenariats et alliés
   - 3.2. Travailler avec les survivant·es
4. Élaborer un message
5. Connaître vos ressources et votre budget
6. Planification de stratégies médiatiques
7. Établir un calendrier
8. Mesurer et documenter l'impact

1. Définir les objectifs de votre campagne

Dans une campagne de plaidoyer, il est important de fixer des objectifs clairs. Quels sont les objectifs de votre campagne ? Être aussi précis que possible. Ne pas se contenter de dire : « Je veux faire connaître la justice transitionnelle ». Dire plutôt : « Nous voulons que les citoyens comprennent le rôle essentiel des survivant·es dans les processus de justice transitionnelle » Ou encore : « Nous voulons informer les survivant·es sur les processus de justice transitionnelle et leur permettre de s'impliquer. »

Rédiger une Déclaration

Définir le problème, pour vous-même d'abord, afin de pouvoir le transmettre plus efficacement aux autres. Quel est le problème et quelle est la solution ? Être aussi clair et concis que possible, en utilisant des mots liés à des actions : « Les survivant·es d'atrocités méritent que leur histoire soit racontée ; nous devons leur donner des plateformes ».

En Irlande, les défenseurs ont centré leur campagne réussie pour mettre fin au 8e amendement de la Constitution de l'Irlande, qui interdisait l'avortement, autour d'un simple verbe : REPEAL.

Définir Les Objectifs

Les objectifs sont des buts affinés et ils doivent être multidimensionnels et multiformes. Une initiative de plaidoyer peut avoir de multiples objectifs, mais il est également utile de garder à l'esprit la variabilité et l'influence potentielles d'autres facteurs sociaux et institutions.

L'acronyme **SMART** peut être utile. Tous les objectifs doivent être :

Les objectifs SMART peuvent être qualitatifs et quantitatifs. Un exemple d'objectif SMART : 1000 personnes dans ce quartier spécifique devraient voir cette projection de documentaire ou cette exposition historique au cours du premier mois d'ouverture. Un autre exemple peut être : Je veux que 100 habitants d'une ville déterminée qui ne se sont jamais impliqués sur une problématique donnée signent une pétition et se présentent à une réunion publique sur cette thématique.

2. Recherche

En plus de donner la priorité à la sécurité et au respect si votre campagne doit travailler avec des survivant·es, il est important de comparer votre campagne de plaidoyer avec d'autres qui l'ont précédée. Que fera et dira la vôtre qui soit nouveau ? En d'autres termes, qu'est-ce qui a été fait jusqu'à présent ? Que pouvez-vous faire différemment ? En outre, se demander ce qui est nécessaire en termes pratiques pour atteindre vos buts et objectifs. (Autorisations, un graphiste, un traducteur...)

En outre, quels sont les derniers développements et la couverture de ces questions ? Quel type de répercussions négatives dois-je prévoir ? Examiner les antécédents de la question, les actualités et la couverture médiatique passées, les initiatives et les campagnes antérieures, ainsi que le contexte général. Rester au courant des évolutions actuelles. Il est conseillé de contacter l'équipe de la GIJTR et les membres de la Coalition internationale des sites de conscience car ils peuvent être en mesure de partager le travail et les enseignements tirés par d'autres membres dans des contextes similaires.

3. Parties prenantes et publics cibles

Une composante essentielle du plaidoyer numérique est la dynamisation, le renforcement et la croissance de la communauté des soutiens qui sont prêts à se mobiliser pour changer le statu quo. Pour changer les choses, nous devons augmenter le nombre de soutiens actifs. Cela signifie que la campagne doit atteindre d'autres groupes de personnes que ceux qui soutiennent déjà votre cause.

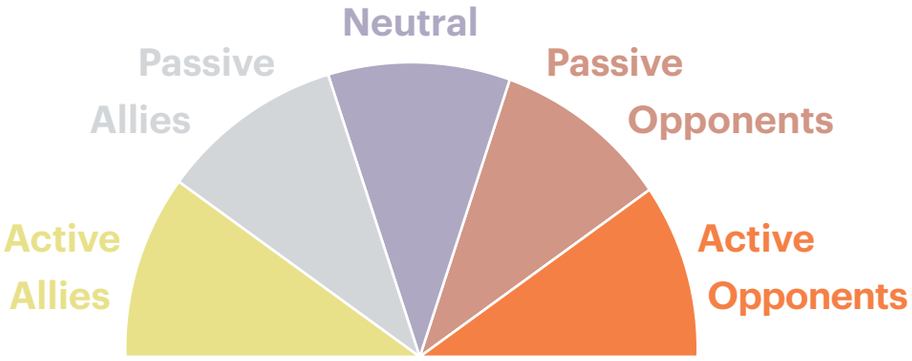
Dans toute campagne, il est important d'énoncer des objectifs spécifiques en termes de publics cibles. Une campagne ne doit pas forcément plaire à tout le monde et peut pourtant être efficace. En général, il peut être utile de se concentrer sur deux publics cibles :

Les décideurs : Il s'agit des parties prenantes qui peuvent effectivement apporter des changements, femmes et hommes politiques, ministres de la santé, organismes de financement, etc. Dans de nombreuses situations, ils seront votre public principal.

Les influenceurs : Ces parties prenantes sont également cruciales pour faire passer votre message dans de nouvelles sphères. Il peut s'agir de journalistes, de groupes confessionnels, d'autres organisations de victimes, de personnalités du monde du spectacle et d'universitaires.

De nombreuses initiatives de plaidoyer utilisent un outil, appelé cartographie des alliés (« Spectrum of Allies » en anglais), illustré dans le graphique, pour déterminer la façon dont les principales parties prenantes adhèrent à leurs principaux objectifs. La cartographie des alliés permet aux organisateurs de définir qui soutient le plus et qui soutient le moins l'objectif avant de lancer toute initiative de plaidoyer. Cela permet aux organisateurs de déterminer stratégiquement qui et comment ils espèrent influencer grâce à leur plaidoyer, car ils peuvent répertorier comment les groupes s'identifient à la cause (par exemple, tels syndicats sont des alliés passifs, tandis que telle école est un opposant passif au changement que vous souhaitez mettre en œuvre). Souvent, les objectifs d'une campagne deviennent encore plus précis pour cibler des parties prenantes spécifiques et faire se déplacer certains groupes démographiques ou parties

prenantes vers la gauche du graphique de la cartographie des alliés. Comme l'écrit 350.Org, « dans la plupart des campagnes de changement social, il n'est pas nécessaire de rallier l'adversaire à votre point de vue. Il suffit de déplacer les parties prenantes les plus éloignées d'un pas dans votre direction »..



« Spectrum of Allies » (cartographie des alliés en français) par Howard Clark, Javier Gárate, Joanne Sheehan et Dorie Wilsnack, extrait de « Handbook for Nonviolent Campaigns » en anglais, 2014.

Après avoir identifié les membres de vos groupes cibles - et surtout s'ils comprennent des groupes plus généraux comme les survivant·es, les étudiant·es ou les jeunes - il peut être utile d'examiner comment les facteurs démographiques peuvent orienter les publics de votre campagne et les méthodologies plus générales.

- **Les facteurs démographiques :** Comment la race, le sexe, l'origine ethnique, l'âge, l'éducation et la religion sont-ils pris en compte dans ce contexte en particulier ?
- **La géographie :** Votre public est-il local, national, international, isolé, urbain ou rural ?
- **Attitudes :** Comment ce groupe perçoit-il généralement cette question ? Sont-ils enclins à la compréhension ? Ou faudra-t-il les convaincre ? A quel point sont-ils proactifs ? Que faudrait-il pour qu'ils passent à l'action ?
- **Les habitudes en matière de médias :** Quels sont les médias auxquels ils ont accès, qu'ils utilisent et qu'ils aiment ?
- **La culture :** Quel est leur milieu culturel, quelles langues parlent-ils ou lisent-ils ? Sont-ils analphabètes ou illettrés ?

3.1 : Partenariats et alliés

Il n'est jamais trop tôt pour penser aux partenariats et aux alliés dans les campagnes de plaidoyer. Ils peuvent devenir des acteurs clés pour faire avancer votre mouvement. Dès le début du processus de conception, n'ayez pas peur d'entrer en contact avec des personnes partageant les mêmes idées qui peuvent s'associer à une initiative. Cela permet non seulement d'augmenter votre potentiel de sensibilisation, mais aussi de créer un sentiment d'appartenance parmi les activistes et ceux et celles qui travaillent à faire avancer la justice sociale. Les partenaires peuvent également fournir un soutien logistique essentiel.

Par exemple, si vous organisez une campagne de documentation dans laquelle vous recueillerez les récits des survivant·es après un conflit, il peut être utile de vous lier d'amitié avec des dirigeants communautaires, y compris des dirigeants religieux, qui sont des membres de confiance de leur communauté et qui peuvent être en mesure de fournir des espaces sûrs pour parler avec les survivant·es ou de faire de la sensibilisation pour inviter les communautés qui peuvent être sceptiques ou hésitantes à s'impliquer.

N'oubliez pas que le fait de vous associer à des alliés ne signifie pas que vous ne pouvez pas vous concentrer sur les problématiques qui sont importantes pour vous. Les réseaux (grands et petits) constatent que si tous les membres se soucient de la situation générale des droits humains, les préoccupations et les besoins varient d'un pays à l'autre. Deux groupes qui représentent différents groupes ethniques ou religieux peuvent collaborer à un projet commun. Même si chacun d'eux consacre la majorité de ses ressources à sa propre cause, ils peuvent travailler ensemble pour faciliter le partage d'informations et gagner en efficacité. La création de coalitions à grande échelle, même entre des groupes qui n'ont peut-être rien en commun à première vue, peut renforcer la confiance, l'empathie et, souvent, la crédibilité. Travailler en équipe, au-delà des clivages religieux ou régionaux, peut être très révélateur. Il s'agit d'un acte de paix en soi, qui s'accompagne de crédibilité, de respect et d'autorité, augmentant ainsi les chances de succès d'une initiative de plaidoyer.

Pour identifier les principales parties prenantes, les alliances, les partenariats et les publics cibles externes, il faut aussi regarder en interne pour évaluer avec

qui vous collaborez et travaillez.

Pour provoquer un changement social, les initiatives de plaidoyer ont besoin de différents types de profils, chacun ayant un éventail diversifié d'expertise et de compétences. Si quelqu'un veut s'impliquer dans votre initiative, il y a un rôle pour lui qui lui permettra d'utiliser au mieux sa motivation pour faire progresser le mouvement.

Ceci est parfaitement illustré par La carte de l'écosystème du changement social, un graphique et un guide du Building Movement Project qui peut aider les individus, les réseaux et les communautés à trouver leur place dans les campagnes de plaidoyer. Les guérisseurs, les conteurs, les artistes, les intervenants de première ligne et les bâtisseurs ne sont que quelques-uns des nombreux profils que le Building Movement Project a défini pour vous aider à déterminer les points forts de votre équipe et les domaines dans lesquels vous pourriez avoir besoin de développer des partenariats et des alliances.

3.2 Travailler avec les survivant·es

L'un des principaux objectifs de l'Initiative mondiale pour la justice, la vérité et la réconciliation est de promouvoir et de faire entendre la voix des survivant·es, de faire en sorte que leurs expériences soient partagées et qu'ils jouent un rôle actif dans la construction d'un avenir plus pacifique et plus juste. Le partage des histoires des survivant·es est une composante essentielle de la consolidation de la paix, car leurs expériences sont si souvent réduites au silence, stigmatisées, avant d'être oubliées - ce qui interrompt tout examen culturel collectif du conflit alors que les communautés aspirent à construire un avenir pacifique. En tant qu'activistes, dont beaucoup sont eux-mêmes des survivant·es, il est important d'aborder le travail de plaidoyer dans ce contexte avec beaucoup de précaution. Lorsque l'on travaille avec des survivant·es, l'objectif n'est pas de s'apitoyer sur eux/elles, mais plutôt de les traiter avec dignité en tant qu'êtres humains. Idéalement, comme nous le verrons dans certains de nos exemples, le plaidoyer peut également jouer un rôle essentiel pour aider les survivant·es à guérir.

Qu'il s'agisse d'une campagne vidéo, d'un reportage photographique, d'une

Attribution : Deepa Iyer, Projet de mouvement des bâtiments
SA, © 2108 Deepa Iyer.
Tous droits réservés. Toutes les licences antérieures ont été révoquées.

exposition d'art ou d'une manifestation, les campagnes de plaidoyer se concentrent souvent sur le partage des histoires des survivant·es. Cependant, il est important de se rappeler que si les survivant·es sont souvent en fin de compte renforcé·es par leurs histoires, surmonter les stigmates, en particulier dans les contextes de conflit et de post-conflit, peut être très difficile. Lorsque vous interviewez ou enregistrez l'histoire d'un survivant, n'oubliez pas de faire preuve de respect pour son histoire, pour le courage dont il a fait preuve en s'exprimant, et pour son intégrité, car ils ne se résument pas à leurs seules expériences.

Voici quelques bonnes pratiques à prendre en compte avant de recueillir l'histoire de survivant·es :

- **Être clair sur vos objectifs et sur la façon dont leur histoire sera utilisée :** Être aussi transparent et clair que possible sur l'utilisation que vous comptez faire de l'histoire de la personne survivante et sur vos objectifs pour la campagne de plaidoyer. De plus, les survivant·es qui participent ou sont interviewé·es se sentiront plus à l'aise en sachant d'où vous venez et que vous comprenez leur problème, alors assurez-vous d'avoir une solide compréhension du contexte. Il n'y a pas de mal à reconnaître qu'il s'agit d'un sujet très sensible, pas plus qu'il n'y a de mal à parler de vous-même et de vos expériences personnelles sur le sujet, tant que vous le faites de manière respectueuse. En fait, cela permet souvent d'instaurer la confiance et de donner au/à la survivant·e un sentiment de maîtrise que le conflit peut lui avoir enlevé.

- **Prévoir d'assurer la sécurité des survivant·es avant, pendant et après les initiatives de plaidoyer :**
  Qu'il s'agisse d'une interview ou de la simple participation à un événement de plaidoyer, réfléchir à ces questions avant de travailler directement avec les survivant·es :
  - Comment rendre les histoires anonymes si un·e survivant·e souhaite que son histoire soit partagée en toute confidentialité ?
  - S'il s'agit d'une petite communauté très unie, l'histoire d'un individu sera-t-elle tout de même identifiable ? Existe-t-il un moyen de concevoir l'initiative de plaidoyer de manière à ce que les histoires soient montrées de manière groupée ou par le biais de représentations plus anonymes pour aider à anonymiser et protéger davantage les survivant·es ?
  - Les survivant·es pourraient-ils être personnellement menacés ou exposés à des violences en s'exprimant et en partageant leurs témoignages dans le cadre d'un plaidoyer ? Si tel est le cas, quelles méthodes de plaidoyer (peut-être par le biais d'initiatives artistiques) pourraient être utilisées pour réduire leur risque personnel ?
    - Il est possible de changer les noms, de flouter les photos et d'omettre les principales informations identifiables, comme les noms de famille ou les adresses spécifiques, afin de protéger l'anonymat des survivant·es. Les voix peuvent également être modifiées si le projet implique un enregistrement audio ou vidéo.

Un atelier d'auto-soin GIJTR pour les journalistes et activistes à Conakry, en Guinée, en mai 2017.

- **Obtenir leur consentement et garantir leur confidentialité :**
  Être aussi honnête que possible à propos de 1) ce que vous allez demander et fournir les questions à l'avance si vous le pouvez et 2) les répercussions et les risques de la participation. Par qui cette campagne de plaidoyer sera-t-elle vue ou entendue ? Sera-t-elle diffusée sur Internet ? Quels sont les objectifs finaux de la campagne ?
  - Expliquer aux survivant·es (et à tous les participant·es) qu'une campagne de plaidoyer peut être largement vue et que les histoires peuvent être par la suite éditées. Les informer également des solutions qui leur permettent de se protéger, par exemple, expliquer que les interviews et les profils peuvent être rendus anonymes ou que les informations d'identification peuvent être modifiées, que les photographies montrant les visages ne sont jamais obligatoires.
  - S'assurer que tous les survivant·es ont la possibilité d'examiner le

matériel avant qu'il ne soit rendu public et d'y apporter des modifications ou des suppressions. Prévoir du temps dans le calendrier de votre campagne de plaidoyer pour que les survivant·es puissent examiner leurs propres histoires avant que le matériel ne soit rendu public.

- **Créer un espace sûr :**
  Créer un environnement convivial et sûr peut contribuer à mettre les survivant·es à l'aise et à rendre les activités et les entretiens plus productifs. Voici quelques facteurs à prendre en compte à cet égard :
  - Le sexe de l'animateur ou de l'intervieweur est souvent très important, en particulier lorsqu'on travaille avec des victimes de violences sexuelles et sexistes. Les femmes préfèrent souvent travailler avec des femmes dans ces contextes. Il est toujours bon de leur demander leur préférence.
  - Veiller à ce que le lieu soit un endroit sûr sur le plan physique et émotionnel, loin du lieu de l'atrocité, sauf autorisation préalable. Si vous filmez ou enregistrez, veiller à ce que l'équipement soit aussi discret que possible.
  - Être attentif à votre façon de parler. Les survivant·es veulent-ils être appelés par leur prénom ? Ou bien par leur nom de famille ? Les termes « survivant » ou « victime » leur conviennent-ils ? Ou est-ce que ni l'un ni l'autre des termes ne leur convient ? Leur demander ce qui leur convient le mieux.
  - Leur dire qu'elles/ils peuvent venir avec une personne de confiance.

- **Choisir vos mots avec soin**
  Pendant l'entretien ou l'activité, éviter de débuter par un événement traumatisant. Y aller progressivement. Leur poser des questions anodines sur leur vie actuelle. Où vivent-ils ? Ont-ils des enfants ? Où travaillent-ils ? Que font-ils depuis les faits ? Comment cette période s'est-elle déroulée pour eux ? Éviter les questions qui incriminent la personne ou qui peuvent lui faire honte ou la blesser, de quelque façon que ce soit. Ne jamais prononcer des phrases telles que : « Vous ne vous attendiez pas à ce qu'il y ait des problèmes ? ». Lorsque nous abordons un événement traumatique, poser des questions ouvertes sur l'événement, telles que : « Que s'est-il passé ? » « Pouvez-vous me parler de cette journée ? » ou « Dans la mesure où vous vous sentez à l'aise, pouvez-vous décrire ce qui vous est arrivé, à vous ou à votre enfant ». Envoyer des signaux non verbaux qui sont encourageants et positifs. À moins que cela ne soit absolument nécessaire, et seulement si vous avez obtenu leur consentement au préalable, ne pas chercher à obtenir des informations plus détaillées. Veiller à ne pas les pousser à faire une présentation trop succincte. Laisser les personnes élaborer leur histoire.

- **Suivi**
  Dans la mesure du possible, essayer de conclure l'entretien ou l'activité d'une manière sereine et positive. Lui offrir la possibilité de conclure en lui demandant : « Y a-t-il autre chose que vous aimeriez partager ? Y a-t-il quelque chose que j'ai oublié ? » Ensuite, leur donner un aperçu des prochaines étapes : quel est le calendrier de l'activité ? Quand pourront-ils consulter la publication (ou l'interview ou la vidéo) et la réviser s'ils le souhaitent ? Par la suite, quand le document sera-t-il publié ?
  - Proposer des recommandations ou des informations accessibles au public et adaptées à leur contexte culturel pour accéder à des services de santé mentale, des conseils psychosociaux, d'autres formes d'assistance médicale et des services de soutien communautaire.
  - Enfin, prendre de leurs nouvelles peu après l'interview, ou, si ce n'est pas possible, auprès d'un groupe auquel ils appartiennent. Lui montrer qu'il ne s'agit pas d'une expérience impersonnelle.

4. Élaborer un message

Plus qu'un objectif affiché, votre message doit convaincre les personnes, les intéresser et les amener à agir. Il peut y avoir plusieurs messages, mais ils doivent tous conduire au même objectif. Un message efficace doit toujours être précis et :

- Être simple et expliquer clairement la situation, sans ambiguïté.
- Souligner l'importance capitale de la cause.
- Dire aux personnes quelque chose de nouveau, quelque chose auquel elles n'avaient pas pensé.
- Être motivant, intéressant, voire surprenant.
- Exprimer la nécessité d'agir et proposer une solution.

Le message doit être efficace, c'est-à-dire qu'il doit inciter son public à agir. Pour donner

Distribuer le pouvoir, une affiche de la campagne RESET par l'Imperative 21 qui vise à sensibiliser sur la nécessité et les opportunités de changement du système économique.

un exemple, OxFam International a conçu un message médiatique sur la pauvreté et l'éducation qui disait « L'éducation de base aide à briser le cycle de la pauvreté », mais les groupes de discussion ont dit que cela ne les incitait pas à agir. Au lieu de cela, le groupe de discussion a préféré : « L'éducation est un droit pour chaque enfant. ».

Il existe un risque potentiel de chambre d'écho médiatique sur les réseaux sociaux. Une chambre d'écho médiatique est un environnement dans lequel une personne ne rencontre que des croyances ou des opinions qui s'alignent déjà sur les siennes. S'il est important de convertir des alliés passifs en alliés actifs, les messages d'une campagne doivent également aller au-delà des soutiens actuels.

NE PAS OUBLIER : CRÉER UN APPEL À L'ACTION

Ne jamais oublier d'indiquer clairement l'action que vous voulez que les gens entreprennent. La prise de conscience ne suffit pas à créer le changement. Vous devez pousser les personnes à faire quelque chose et leur proposer des options pour différents niveaux d'engagement.

5. Connaître vos ressources et votre budget

Il existe de nombreuses façons de réaliser une campagne de plaidoyer, quel que soit le budget. Être réaliste et créatif en ce qui concerne vos fonds. De quels budgets disposez-vous ? Existe-t-il des restrictions sur comment ou quand ces fonds peuvent être utilisés ?

De quoi aurez-vous besoin pour faire progresser votre campagne ? Quelles sont les dépenses nécessaires pour répondre à ces besoins ?

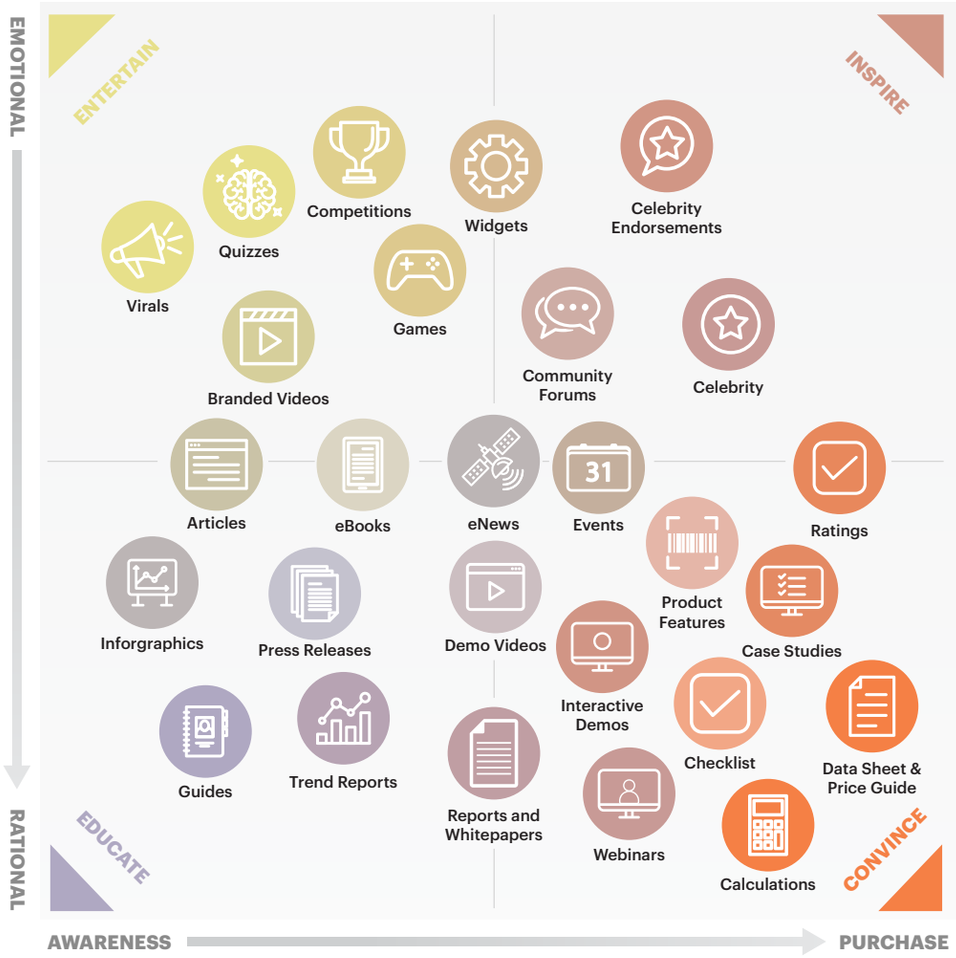
- Avez-vous besoin de bénévoles ? Devez-vous embaucher une personne possédant des compétences spécifiques ?
- Penser aux ressources auxquelles vous avez peut-être déjà accès. Y a-t-il déjà un vidéaste dans votre organisation ?
- Avez-vous besoin de fonds pour produire et diffuser une émission de radio ? Ou pour imprimer des affiches ? Ou une campagne de plaidoyer numérique, moins coûteuse, serait-elle préférable ?

Examiner vos ressources et rechercher des partenariats si nécessaire. Il peut y avoir des alliés improbables qui sont prêts à apporter des fournitures, des compétences ou d'autres ressources, même s'ils ne sont pas en mesure de s'engager à se présenter en personne ou à planifier directement une action.

6. Planification de stratégies médiatiques

La transmission de votre message par les médias est essentielle pour atteindre les objectifs plus larges d'une campagne de plaidoyer. Être volontaire et stratégique pour faire avancer vos objectifs : quelle couverture médiatique vous aidera à atteindre votre but le plus efficacement ? Votre but est-il d'inciter les personnes à agir, de convaincre ou d'éduquer les personnes sur un problème, ou même de les divertir par des récits qui sont par ailleurs étouffés ?

Bien que cette Matrice de marketing de contenu (« Content Marketing Matrix » en anglais) de Smart Insights ait été créée à l'intention des équipes de marketing à but lucratif, l'utilisation d'un modèle similaire peut aider les initiatives de plaidoyer locales à concevoir des supports interactifs et stimulants. La diversité des contenus médiatiques potentiels peut pousser les organisateurs et les activistes à réfléchir à la manière dont les formats et les mécanismes de distribution des médias peuvent contribuer à mobiliser des publics divers, en fonction des objectifs de la campagne.

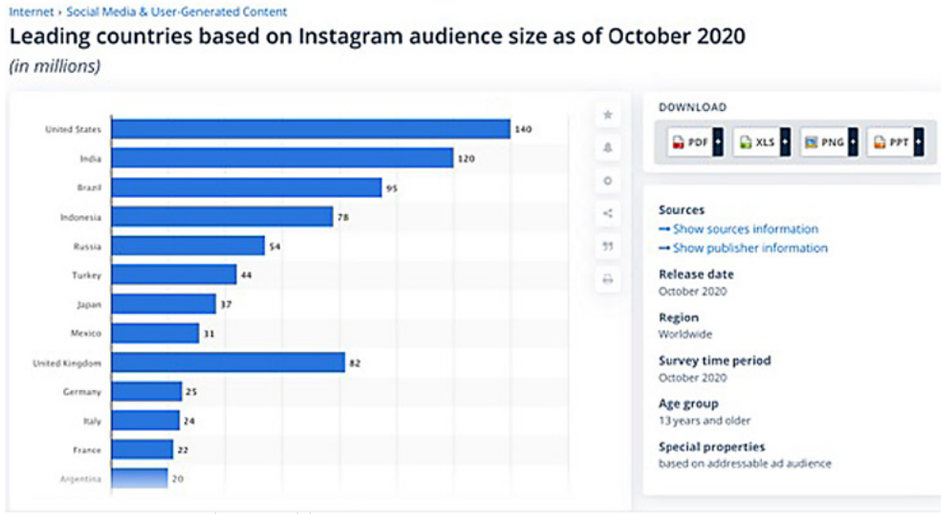


Les points à prendre en compte sont les suivantes :

- À quels supports médiatiques vos communautés de participants ont-elles accès ?
- Quels sont les formats médiatiques et les plateformes les plus utilisés et les plus suivis par votre ou vos publics cibles ?
- Quel type de média peut le mieux transmettre votre message ?
- Quel format médiatique sera le plus susceptible d'encourager les personnes à agir et à participer à l'initiative ?
- Quel format médiatique est le plus populaire dans votre région géographique ?

NE PAS OUBLIER : LES FORMATS, LES TACTIQUES ET LA DISTRIBUTION

Souvent, vous utiliserez différents formats médiatiques : un documentaire vidéo peut être diffusé de plusieurs manières : une projection publique suivie d'une diffusion sur YouTube, des clips plus courts sur Instagram et des projections complètes ultérieures dans des écoles ou d'autres lieux. De même, les réseaux sociaux sont un excellent moyen d'accroître le soutien aux manifestations ou de promouvoir une exposition publique, ou encore de proposer un débat en personne avec des survivant·es lors de l'ouverture de l'exposition. Si votre public est rural ou analphabète ou illettré, la radio peut être la meilleure option, suivie de quelques campagnes d'affichage.



© Statista 2020

Réfléchir aux stratégies de distribution qui fonctionnent le mieux pour chacun de vos publics cibles. Peut-être que le contenu publié sur Instagram atteindra le plus efficacement des étudiant·es aux États-Unis, mais la même stratégie ne fonctionnera peut-être pas avec des étudiant·es dans un contexte différent. S'associer directement avec une école ou une autre OSC pour partager les événements respectifs en ligne peut être un mécanisme efficace pour élargir votre public et susciter intérêt et enthousiasme.

Conseils pour la presse

Qu'il s'agisse de proposer un article, de suggérer un article ou simplement d'attirer l'attention sur une campagne, qu'elle soit numérique ou autre, il est essentiel d'entrer en contact avec les médias pour accroître votre impact. Voici quelques conseils simples à prendre en compte :

1. **Prendre le temps.** Rechercher les journalistes qui s'intéressent au sujet et, de préférence, qui ont déjà écrit sur le sujet. L'envoi de dix demandes ou de messages ciblés et personnalisés à dix journalistes intéressés donnera probablement de meilleurs résultats que l'envoi de 100 demandes à une liste générale de médias. Si vous ne trouvez pas leur adresse e-mail, les étiqueter ou leur envoyer un message privé sur les réseaux sociaux.
2. **Informer le rédacteur ou le responsable de la rédaction** de la nature de vos publics et de la façon dont le sujet intéressera divers groupes
3. **Trouver un angle humain à votre démarche.** Le mettre en avant. Rien de tel qu'une histoire pour attirer les personnes.
4. **Insister sur ce qui est innovant dans votre campagne** et sur la raison pour laquelle il faut y prêter attention maintenant.
5. **Ne jamais abandonner.** Les journalistes sont souvent très occupé·es. S'ils ou elles ne répondent pas à votre premier message, les relancer une semaine plus tard.

7. Calendrier

Le calendrier est crucial. Idéalement, une campagne de plaidoyer devrait être planifiée au moment où sa mise en œuvre aura le plus grand impact stratégique à l'occasion, par exemple, d'un événement spécifique (une audience au tribunal ou un procès). Il existe également des journées internationales de l'ONU ou des journées consacrées aux réseaux sociaux qui peuvent coïncider. Il est également important de construire les étapes d'une campagne de manière à ce qu'elle puisse s'intensifier au fil du temps : vous pouvez par exemple diffuser un premier message, puis enchaîner avec une série plus courte. Il est utile d'être aussi précis que possible dans votre planification :

Établir un calendrier interne pour planifier, produire et publier les différents messages en fonction des objectifs de la campagne.

- Quand vos messages seront-ils publiés ?
- Quels messages et supports médiatiques doivent être envoyés et quand ?
  Par exemple, souhaitez-vous envoyer 100 lettres de plaidoyer uniques par e-mail aux élus ? Ou voulez-vous envoyer 500 SMS à de nouveaux électeurs pour leur donner des informations sur la façon de s'inscrire sur les listes électorales sur une période de six mois ?
- Prévoir une montée en puissance progressive à travers les différentes étapes de la campagne. Si vous prévoyez plusieurs étapes d'une campagne de plaidoyer, créer des plans médias distincts pour chaque étape et divers mécanismes de distribution.
- Communiquer au sein de votre mouvement et de votre coalition avant de relayer le message public ; informer vos alliés lorsque vous planifiez les prochaines étapes de votre campagne afin qu'ils soient prêts à amplifier votre message. Informer votre équipe média des événements importants afin que la dimension médiatique de la campagne soit adaptée et reflète les événements les plus récents.
- S'assurer que le calendrier est réaliste et réalisable (allouer plus de temps que ce qui était initialement prévu).

8. Mesurer et documenter l'impact

Enfin, le fait que les personnes consultent, regardent ou visitent votre campagne de plaidoyer ne signifie pas qu'elles seront touchées par celle-ci ou incitées à agir et à se mobiliser grâce à elle. Ne Pas désespérer ! Mais prévoir cette possibilité en créant des indicateurs qui ne se contentent pas de suivre le nombre de vues ou la taille de l'auditoire, mais des indicateurs qui suivent également l'action. Par exemple, ne pas se contenter de créer et de promouvoir une campagne de photographies commémoratives,

mais suivre également le nombre de personnes qui l'ont visionnée et leur demander de répondre à une courte enquête sur son effet et si cela leur a apporté quelque chose de nouveau. Vous pouvez également suivre la couverture d'une problématique par les médias de manière plus générale : « Il y a eu une augmentation de 200 % de la couverture mensuelle de la violence domestique dans certains grands journaux ». Une façon de suivre la couverture médiatique est de mettre en place une alerte Google News automatisée pour votre ville, les actualités locales et les mots-clés décrivant votre initiative de plaidoyer. D'autres indicateurs à suivre pour une campagne numérique sont la fréquence d'utilisation des hashtags, la taille de son auditoire (le nombre de ses abonnés) et son taux d'engagement (le nombre de commentaires ou de partages des messages). En utilisant les outils d'analyse gratuits des plateformes de réseaux sociaux (sur Facebook et Twitter), vous pouvez voir où se trouvent vos abonnés géographiquement, ainsi que d'autres informations démographiques, comme leur âge et leur répartition par sexe et le taux d´engagement numérique de chaque publication (le degré d'implication, d'intérêt et d'interaction que vos abonnés ont avec ces dernières).

Pour les initiatives de plaidoyer en personne, combien de personnes sont présentes ? Comment réagissent-elles à l'événement ? Qu'apprennent-elles ? Les enquêtes, les questionnaires concis ou les événements de suivi sont d'excellentes méthodes pour évaluer les succès et les obstacles d'une initiative de plaidoyer.

Si vous cherchez de l'inspiration, consultez la boîte à outils de Beautiful Trouble, où ils présentent des exemples d'actions et de campagnes de plaidoyer internationales et mettent l'accent sur ce qui a fonctionné, ou pas et les raisons pour lesquelles cela a été le cas, et vous pouvez prendre connaissance des exemples présentés à la fin de cette boîte à outils.

NE PAS OUBLIER : Documenter les informations sur l'impact pour tirer des enseignements et déterminer les points à améliorer et ceux à conserver pour les futures campagnes, ainsi que les éléments qui ont permis d'obtenir des changements sociétaux tangibles. Ces éléments de données documentant l'impact et l'efficacité peuvent également être efficaces pour des opportunités potentielles de collecte de fonds afin de poursuivre les initiatives de plaidoyer.

RÉSEAUX SOCIAUX ET PLAIDOYER

De #MeToo à #BlackLivesMatter, les réseaux sociaux et le plaidoyer sont souvent indissociables ; de nombreuses initiatives de plaidoyer commencent de façon numérique sur des plateformes de réseaux sociaux ou des blogs avant de se transformer en actions sur le terrain et en activités de plaidoyer en personne. Parfois, les initiatives de plaidoyer viral se développent spontanément à partir de messages sur les réseaux sociaux qui trouvent un écho auprès de diverses communautés locales ayant subi des injustices systémiques similaires, ou une campagne peut être organisée de manière plus systémique et spécifique à une problématique. Lorsqu'ils sont utilisés efficacement, les réseaux sociaux peuvent amplifier les initiatives de plaidoyer en fournissant une plateforme principale ou secondaire pour documenter les violations des droits humains, mettre en avant les histoires des victimes et des survivant·es et sensibiliser aux injustices, aux mis en cause et aux questions de responsabilité.

Les réseaux sociaux offrent un espace en dehors des médias traditionnels ou des médias soutenus par les grandes entreprises, qui n'amplifient pas toujours les voix des personnes marginalisées par le biais d'une couverture fiable, cohérente et équitable. Ces plateformes peuvent être des outils efficaces pour donner à tous les citoyens et activistes le pouvoir de créer le changement dans leurs communautés. Tant en théorie qu'en pratique, les réseaux sociaux ont une dimension personnalisée générée par les utilisateurs, qui correspond bien aux besoins des organisations de la société civile et de la GIJTR.

Cependant, les plateformes de réseaux sociaux peuvent aussi être un handicap pour les campagnes de plaidoyer et entraver leur succès. Qu'il s'agisse de centaines de « bots » (« ordinateurs piratés » en français) ou de faux comptes, de la censure ou de l'application arbitraire et irrégulière des directives relatives au contenu, les réseaux sociaux peuvent tout autant encourager la violence à grande échelle qu'être un outil de plaidoyer au niveau local pour la paix, la justice et la responsabilité. Freedom House a publié un rapport en 2019 sur la liberté sur le Net, intitulé « The Crisis of Social Media » (« La crise des réseaux sociaux » en français), dans lequel ils mettent en garde contre le fait que « ce qui était autrefois une technologie libératrice est devenu un canal de surveillance et de manipulation électorale ». Pour une étude de cas spécifique, lire comment Facebook a été utilisé pour inciter et encourager la violence au Myanmar..

Le débat sur les avantages ou les inconvénients des plateformes de réseaux sociaux est très complexe. Cependant, ces plateformes sont essentielles à la communication au niveau mondial et les diverses facettes de ce débat ne peuvent pas toutes être abordées dans cette boîte à outils. Nous vous encourageons à consulter les liens de la section Ressources pour obtenir plus d'informations et à tenir compte des éléments suivants.

Réseaux sociaux 101

Selon la Community Toolbox, une ressource publique de l'université du Kansas, le plaidoyer numérique se définit comme suit : « l'utilisation de technologies numériques pour contacter, informer et mobiliser un groupe de personnes concernées par un problème ou une cause ». L'objectif de l'activisme numérique est d'utiliser la technologie comme un outil pour faire tomber les barrières entre les différents groupes et sensibiliser aux violations des droits humains qui se produisent dans le monde aujourd'hui.

À l'échelle mondiale, les réseaux sociaux les plus populaires en avril 2021 selon Statista sont Facebook, YouTube, Whatsapp, Facebook Messenger, Instagram, WeChat et TikTok. Toutes ces plateformes (et d'autres) peuvent être utilisées pour promouvoir

Most popular social networks worldwide as of April 2021, ranked by number of active users

(in millions)

Search: Records: 25

Characteristic	Number of active users in millions
Facebook	2,797
YouTube	2,291
WhatsApp	2,000
Facebook Messenger*	1,300
Instagram	1,287
Weixin / WeChat	1,225
TikTok	732
Douyin	600
QQ	595
Telegram	550
Snapchat	528
Sina Weibo	521
Kuaishou	481
Pinterest	459
Reddit*	430

des initiatives de plaidoyer numérique. Comme indiqué précédemment, leur popularité peut varier considérablement d'une région à l'autre ; nous vous encourageons donc à rechercher les réseaux qui vous permettront d'atteindre le plus efficacement vos publics cibles.

Il existe plusieurs outils numériques et plateformes logicielles gratuites qui peuvent vous aider à créer des graphiques pour mieux mettre en œuvre des campagnes de plaidoyer numérique. L'ICSC ne cautionne ni ne soutient aucune de ces plateformes. Veuillez noter que vous devez vous renseigner sur la sécurité, les droits des données et les règles de confidentialité de chacune de ces applications, en fonction de votre contexte et des risques de sûreté individuels.

- Canva : logiciel de conception graphique conçu avec différents modèles de supports graphiques utilisables sur les réseaux sociaux et des dimensions adaptées aux différentes plateformes afin que votre visuel puisse s'adapter à toutes ces dernières.
- Animoto et OpenShot sont des outils de montage vidéo.
- PiktoChart et Easelly peuvent vous aider pour créer des infographies et visualiser des données.
- DesignWizard et Inkscape : logiciels de conception graphique et d'édition de photos en ligne.
- Headliner : une application qui peut vous aider à transformer du contenu audio (comme le clip d'une interview, d'un podcast ou autre extrait sonore) en un graphique visuel pour les réseaux sociaux.
- Voir le document de Community Toolbox Using Social Media for Digital Advocacy (« Utiliser les réseaux sociaux pour le plaidoyer numérique » en français) pour vous aider à créer des pages et des comptes pour votre campagne de plaidoyer et pour vous aider à créer un blog ou un site Web élémentaire.

Nous vous encourageons à faire preuve de créativité dans votre utilisation des réseaux sociaux et des technologies pour essayer de nouvelles stratégies afin de maximiser les effets de vos campagnes de plaidoyer et de mobiliser au maximum vos publics dans les initiatives pour la vérité, la justice et la responsabilité. Certains groupes ont utilisé des codes QR pour des initiatives de plaidoyer, en demandant au public présent à un événement de scanner le code avec son téléphone mobile pour signer une pétition en ligne ou pour lancer un autre appel à l'action, par exemple en envoyant un e-mail à leurs élus. Ces codes QR peuvent être apposés sur des autocollants, des affiches ou d'autres supports visuels afin de susciter une participation concrète dans ce qui pourrait autrement être la consommation passive d'une affiche.

CONSEIL POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Incluez un appel à agir dans chaque publication : *que voulez-vous que vos abonnés fassent ?* Si vous voulez qu'ils appellent leurs politiciens locaux, dites-le. Si vous voulez qu'ils votent lors d'une élection locale, dites-leur quand et comment.

Rédiger des messages simples mais convaincants.

Utiliser des mots dynamiques : en apprendre plus, consulter ici, cliquer ici.

Poser des questions dans vos messages

Exprimez-vous

Ne pas avoir peur d'utiliser votre propre style et votre propre approche.

Créer vos propres hashtags

Créer des liens

Répondre à vos utilisateurs

Utiliser des hashtags

Reposter

Créer des relations sur les réseaux sociaux en étiquetant les autres

Être professionnel

S'assurer que vos profils sociaux sont complets et à jour

Suivre les tendances de vos réseaux sociaux et analyser votre public (de nombreuses plateformes intègrent des fonctions d'analyse).

Ne pas acheter pas d'abonnés ou de partisans

Créditer tous les documents que vous utilisez

Un manifestant lors d'un rassemblement #MeToo. Crédit d'image : Wiki Commons

Dans l'ensemble, ces plateformes offrent un espace interactif où les utilisateurs peuvent partager des informations instantanément et accéder à d'autres contenus, tels que des vidéos et des discussions en ligne. Bien que les utilisations possibles soient nombreuses, voici quelques façons principales dont les réseaux sociaux peuvent être particulièrement utiles pour le plaidoyer en faveur de la justice sociale.

- **Constitution de communautés en ligne :** Les campagnes de réseaux sociaux comme #MeToo ont été utilisées efficacement pour fournir des tribunes aux victimes de violences et de harcèlement sexuels afin que celles-ci puissent entrer en contact avec d'autres personnes et faire part collectivement de leur histoire. C'est un impératif car ces survivant·es sont souvent confronté·es à la honte ou à la discrimination s'ils partagent leur histoire en personne, mais ils ou elles peuvent trouvent des alliés et des réseaux de soutien solidaire en ligne. Par exemple, Twitter a été utilisé comme un outil pour les mouvements sociaux féministes, en particulier comme une tribune pour faire part de témoignages d'agressions sexuelles. Pour plus d'informations sur #MeToo et ses implications dans la création d'un espace pour les survivant·es d'agressions sexuelles afin de créer une communauté et de partager leurs témoignages, consultez le site ici (en anglais) pour un aperçu général, et ici (en anglais) pour un regard global et comparatif sur le mouvement.

- **Documentation :** Un autre exemple d'utilisation des réseaux sociaux pour le plaidoyer consiste à partager des images et des vidéos sur des plateformes telles que Facebook et Instagram. Des organisations telles que WITNESS visent à doter les citoyens témoins de violations des droits humains des compétences nécessaires pour utiliser la vidéo comme preuve afin de pouvoir les utiliser par la suite contre les auteurs de ces actes Les réseaux sociaux et d'autres plateformes numériques peuvent être un moyen très efficace d'archivage et de préservation afin que les violations des droits humains ne puissent être « niées ou oubliées au fil du temps ».
  - Là aussi, il convient de passer en revue les protocoles de sécurité numérique, car tout contenu téléchargé sur les plateformes de réseaux sociaux peut faire l'objet d'une manipulation par le biais de l'édition de photos ou de vidéos, ou être utilisé à des fins de dénigrement dans le cadre de campagnes de désinformation et de mésinformation.

- **Éducation et sensibilisation du public :** Selon le Pew Research Center, de juillet 2013 à mai 2018, le hashtag #BlackLivesMatter a été utilisé près de 30 millions de fois sur Twitter, soit une moyenne de 17 002 fois par jour. Bien que l'on puisse légitimement craindre que l'utilisation d'un hashtag ou le partage d'un visuel ne se traduise pas par une mobilisation réelle dans la lutte contre le racisme systémique dirigé contre les personnes noires, le hashtag a également été utilisé pour des articles et des ressources éducatives, comme des programmes d'enseignement pour les enfants et des livres pour les enfants de tous âges. Ces ressources sont utiles pour doter le public d'outils permettant de comprendre l'oppression systémique, puis de combattre ce racisme.

- **Mobilisation :** Enfin, pour passer du monde numérique au monde réel, pour les mouvements pour la justice sociale, les plateformes de médias sociaux, ainsi que les applications de communication comme Whatsapp, Signal et Telegram, peuvent être extrêmement utiles pour promouvoir les activités en personne et susciter un élan pour les rassemblements, les discours ou d'autres événements. Sur les plateformes qui ne sont pas cryptées, les messages privés peuvent devenir publics. L´application Signal est crypté et est souvent considérée comme la plateforme la plus sûre pour protéger la vie privée des utilisateurs.

D'une manière générale, les plateformes de réseaux sociaux peuvent faire tomber les barrières entre les différents groupes, sont moins coûteuses que les autres médias traditionnels et sont accessibles à une grande partie de la population. Pour consulter une étude de l'influence des réseaux sociaux sur le printemps arabe, cliquer ici.

EXEMPLES DE PLAIDOYER DANS LE MONDE

Depuis sa création en 1999, la Coalition internationale des sites de conscience (ICSC) a aidé ses membres à créer des campagnes de plaidoyer innovantes qui mettent en lumière les injustices passées et présentes et incitent leur public à agir pour préserver l'avenir. Ce qui suit n'est que quelques exemples du travail remarquable des Sites de conscience et d'autres organisations, qui peuvent être facilement adaptés et reproduits dans d'autres contextes.

MARQUER LEUR MÉMOIRE

Pour marquer le 43e anniversaire de la guerre civile libanaise, au cours de laquelle 17 415 personnes ont disparu. En guise de commémoration, Act for the Disappeared, membre de la Coalition, a lancé une campagne de plaidoyer sur la question des disparu·es et l'importance de la mémoire face aux atrocités. Pour ce faire, ils ont installé des représentations tridimensionnelles représentant les disparu·es dans 35 endroits différents de Beyrouth et de ses banlieues où des personnes ont été enlevées. Chaque représentations tridimensionnelles porte le message simple, succinct et puissant : « Des gens ont été enlevés ici. Ici ou là, il est temps de savoir ce qu'il leur est arrivé ». Pendant la campagne, un bus s'est arrêté dans plusieurs quartiers et les habitants ont été invités à monter à bord de celui-ci et à consulter une carte des mémoriaux et des lieux liés à la guerre, ainsi qu'à consulter des informations et des témoignages.

Pour plus d'informations, consulter le site : http://www.actforthedisappeared.com

CARTOGRAPHIE DE LA RÉGION MENA

Dans l'ensemble du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord (MENA), les conflits en cours et les régimes répressifs ont rendu extrêmement difficile pour de nombreuses communautés de rendre compte des injustices commises par des acteurs étatiques et non étatiques.

Pour s'assurer que les témoignages des victimes ne soient pas perdues, l'ICSC, en partenariat avec 14 Sites de conscience membres dans 8 pays, a développé une campagne de plaidoyer pour créer et construire une carte numérique interactive qui documente et partage les récits et l'histoire des violations des droits humains sur les sites à travers la région MENA. Parallèlement à la carte, les Sites membres participants ont mené des campagnes de plaidoyer individuelles plus modestes, notamment des campagnes sur les réseaux sociaux, des ateliers et des concours de photos, afin de sensibiliser à cette question dans leur pays et leur contexte spécifiques.

Le site est disponible en arabe et en anglais à l'adresse suivante : www.mappingmena.org.

INITIATIVE « BRINGING STORIES HOME »

Afin de sensibiliser aux violations des droits humains commises sous la dictature de Yahya Jammeh et d'informer les communautés sur les processus de justice transitionnelle en Gambie, the African Network against Extrajudicial Killings and Enforced Disappearances (ANEKED) (« le Réseau africain contre les exécutions extrajudiciaires et les disparitions forcées » en français), membre des Sites de conscience, a créé une exposition mobile de photos intitulée « Le devoir de mémoire », qui raconte les histoires des victimes. Soutenu par l'Initiative mondiale pour la justice, la vérité et la réconciliation, le projet a non seulement permis de présenter une diversité de voix, qui peuvent souvent se perdre après un conflit, mais aussi d'humaniser le processus de vérité et de justice dans le pays, qui peut parfois sembler abstrait pour les gens. En outre, des victimes, des membres de la communauté, des représentants d'ambassades internationales, des représentants de la TRRC, des membres de la société civile et la presse ont assisté à l'événement d'ouverture le 21 février au Centre national pour les arts et la culture, organisé par un autre membre des Sites de conscience à Banjul.

Fotografia: Jason Florio, ANEKED

Partager les histoires des survivant·es

LES SOUVENIRS DU QUOTIDIEN

Pour se souvenir de ceux et celles qui ont perdu la vie à cause de la violence en Afghanistan, Afghanistan Human Rights and Democracy Organization (AHRDO) (« l'Organisation afghane pour les droits humains et la démocratie »), un membre des Sites de conscience à Kaboul, a lancé le « Projet de la boîte à souvenirs » qui met l'accent sur le vécu des victimes du conflit en transmettant leurs souvenirs grâce à une subvention de la Coalition. Travaillant spécifiquement avec les membres des familles des personnes tuées, AHRDO a aidé les survivant·es à créer des boîtes à souvenirs en l'honneur de leurs proches. Ces présentations très intimistes contenaient des objets personnels et quotidiens - tels que des écharpes, des photos et des poèmes - qui appartenaient aux défunts et avaient été conservés par leur famille. Les boîtes à souvenirs ont ensuite été exposées dans de nombreux endroits, soulignant l'humanité des personnes disparues et la nécessité d'un avenir pacifique et juste. Les projets de plaidoyer qui mettent en lumière les victimes de conflits peuvent être particulièrement efficaces dans des contextes répressifs, où des messages politiques plus explicites peuvent être déformés ou les organisateurs pris pour cible par les détenteurs du pouvoir. L'exposition a fait l'objet d'un article (en anglais) dans le New York Times en 2019.

L'EXPÉRIENCE DES FEMMES DANS LES CONFLITS

The Herstories Project, un membre des Sites de conscience au Sri Lanka, est un Projet auto-ethnographique qui a recueilli 285 récits personnels de mères du nord, du sud et de l'est du Sri Lanka. Le projet repose sur l'idée que, en temps de guerre et de paix, les récits de résilience, de courage et d'espoir des femmes sont marginalisés ou laissés de côté dans l'histoire. Le projet témoigne de ces récits qui risquent de se perdre afin d'atténuer les dangers d'un récit unique et unifié dans le Sri Lanka d'après-guerre. Les récits ont été collectés et racontées avec les propres mots des femmes par le biais de lettres manuscrites, de reportages photo et de courtes interviews vidéo, le tout intégrés dans un site Web : http://theherstoryarchive.org. Ces récits peuvent être utilisés pour susciter le dialogue et créer un changement afin d'influencer la manière dont le conflit sri-lankais est enseigné dans les écoles, d'identifier les composantes sexospécifiques du conflit qui n'ont toujours pas été prises en compte et d'accroître la sensibilisation culturelle du public aux particularités du conflit sri-lankais.

JAMAIS OUBLIÉ

Le « Projet de la chaise vide », créé par l'artiste Giligo Ja, en collaboration avec « Voices of Women Media », un membre des Sites de conscience au Népal, préserve et honore la mémoire des personnes tuées pendant la guerre civile au Népal (1996-2006). Ce conflit a fait plus de 17 000 morts et environ 1 300 disparu·es. Pour soutenir les initiatives de responsabilité et de justice dans le pays, Gi a amplifié ces histoires en organisant des « réunions de famille » entre les personnes tuées et les autres membres de la famille. Elle a pris des portraits de personnes qui ont perdu des membres de leur famille à côté de projections d'anciennes photos de famille où figure l'être aimé. Comme le dit Gi, « le passage du temps, le fait d'exister et de ne pas exister, est superposé dans une seule image ». Lancé pendant la pandémie du COVID-19, le projet a été exposé en ligne sur les plateformes de réseaux sociaux et a été lauréat du concours de photos PX3 State of the World 2020.

Les hashtags inclus dans la campagne étaient : #whereareythey #whereareytheynow #memorymatters #dayofdisappeared #justicenow

DES SURVIVANT·ES DEBOUT

Pour les pays en conflit ou qui en sortent, la presse peut jouer un rôle central dans le partage des histoires des survivant·es pour ainsi susciter plus d'empathie et de compréhension autour des violations des droits humains. Une approche que les organisations de victimes peuvent adopter est d'initier un partenariat avec un·e journaliste ou un·e photographe local·e, national·e ou international·e pour créer un profil de survivant·es, comme celui-ci qui commémore le massacre du stade qui a eu lieu à Conakry, en Guinée, le 28 septembre 2009. Publiée par Al Jazeera à l'occasion du 7e anniversaire de cette atrocité, cette série commémore l'assaut brutal du gouvernement contre un rassemblement en faveur de la démocratie, au cours duquel 156 personnes ont été tuées et des dizaines de femmes ont été agressées sexuellement. Le reportage photo décrit le massacre, présente un bref historique des violations des droits humains en Guinée et fournit des liens vers des références, comme un rapport de Human Rights Watch sur l'attaque. Les photos qui accompagnent la pièce sont celles prises par les survivant·es lorsqu'ils sont retournés au stade. Pour protéger leur anonymat, beaucoup d'entre eux sont photographiés le dos tourné.

HUMANS OF NEW YORK (« LES HUMAINS DE NEW YORK »)

Lancé par le photographe Brandon Stanton en 2010, « Humans of New York » a acquis une grande popularité sur les réseaux sociaux, via Instagram, Facebook et Twitter. Si le projet a d'abord raconté l'histoire de personnes que Stanton a rencontrées dans la rue, il a fait évoluer le projet pour partager les histoires de survivant·es de tous les jours dans des dizaines de contextes, de l'Irak au Mexique en passant par l'Ouganda et l'Ukraine. Si l'impact sur ses spectateurs est souvent puissant, le format est simple : une collection de photographies, accompagnée de l'histoire de la personne photographiée, racontée avec ses propres mots. Pour mettre en avant des causes concernant la justice sociale, Stanton s'est associé à des institutions telles que le Haut Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés afin d'amplifier la voix des migrants dans ce projet. Le format est facilement adaptable en ce sens qu'il est relativement peu coûteux et facile à mettre en œuvre pour beaucoup. Ce format est également un support adaptable dans les situations à haut risque, car le visage du/de la survivant·e (ou d'autres caractéristiques d'identification) ne doit pas nécessairement être montré. La série a fait l'objet de deux livres : Humans of New York et Humans of New York : Récits.

Image via Instagram.

Créer le dialogue

LES CANAUX DE CONFIANCE

Le conflit en Colombie a fait plus de 200 000 morts entre 1958 et 2013. Pour aider les personnes touchées et commencer à résorber les fractures historiques dans le pays, l'Initiative mondiale pour la justice, la vérité et la réconciliation (GIJTR) conseille la Commission de vérité colombienne, qui a officiellement débuté le 29 novembre 2018, sur les meilleurs outils pour recueillir, documenter et partager les histoires des survivant·es du conflit, une étape essentielle pour assurer une paix durable dans le pays. Dans ce cadre, la GIJTR a soutenu sept projets de plaidoyer d'établissement de la vérité dans des communautés marginalisées, notamment des peintures murales, des documentaires vidéo et des projets liés à l'artisanat. Ces projets ont été particulièrement efficaces pour créer un dialogue autour du conflit, qui est souvent entouré de silence et de tabous. L'un d'eux, dans le territoire Wayúu, était centré sur les sacs mochila, qui sont une spécificité du territoire, généralement fabriqués par les femmes de la communauté. Dans ce cas, les survivant·es de meurtres et les membres des familles de disparu·es ont créé des sacs pour représenter le membre disparu de leur famille. En les fabriquant, les membres de la famille parlaient de la personne disparue, partageant des histoires à son sujet et enregistrant leurs sentiments sur le conflit. Une fois le travail terminé, les familles plaçaient des cartes avec des photos et des textes à l'intérieur des sacs, puis les mettaient tous dans un sac mochila plus grand représentant leur territoire, appelé le sac mochila de la vérité. Le sac mochila de la vérité, contenant de nombreux sacs mochilas personnels et un magnétophone, était ensuite transporté de village en village comme une exposition multimédia interactive itinérante, demandant aux membres de la communauté de faire part de leurs expériences personnelles du conflit et de les enregistrer. De même, un

autre groupe a créé des poupées traditionnelles qui ressemblaient à un membre de leur famille disparu. Les membres de la famille enregistraient leurs propres souvenirs ce qui permettait de montrer les poupées avec l'enregistrement lorsqu'elles étaient exposées. Cette méthode s'est avérée très efficace pour combattre l'insensibilité au conflit qui peut être un défi en Colombie et dans de nombreux endroits. Lorsqu'une personne participe à la création d'un objet physique, elle s'y investit davantage sur le plan émotionnel. Cette forte énergie se traduit dans les communautés. Lors des expositions, ces objets ont servi de catalyseurs pour l'établissement de la vérité parmi les autres membres de la communauté.

Pour plus d'informations, consulter le site ici.

DOCUMENTER AUJOURD'HUI LE PASSÉ

Faire participer les communautés au dialogue peut aider à rétablir la confiance après un conflit, de sorte que les différences peuvent commencer à être surmontées. La Youth Initiative for Human Rights in Bosnia and Herzegovina (YIHR) (« Initiative des jeunes pour les droits humains en Bosnie-Herzégovine » en français) a organisé dix programmes de visites guidées de mémoire dans de petites villes du pays dans le cadre de son récent projet de plaidoyer soutenu par l'ICSC. Le programme a formé les jeunes participant·es, pour la plupart des lycéens, à mener des recherches sur les monuments locaux et leur intérêt pour eux-mêmes et leurs communautés aujourd'hui. Les participant·es ont ensuite créé des vidéos sur les monuments dans lesquelles ils ont interviewé des résidents locaux sur des problématiques sociales persistantes. Un projet intergénérationnel comme celui-ci pourrait être exposé dans une école, une bibliothèque ou un centre communautaire, et publié simultanément sur les réseaux sociaux. Il pourrait également être adapté pour un programme de radio ou de podcast.

DES MURS QUI PARLENT

Dans le monde entier, les fresques murales ont été utilisées pour sensibiliser aux questions de justice sociale, entretenir la mémoire et rassembler les gens, que ce soit de manière active en réalisant la fresque et en suscitant le dialogue et la participation active à celle-ci, ou de manière plus passive en installant et en modifiant un élément du paysage urbain. De la Colombie à New York en passant par le Népal et le Bangladesh, les Sites de conscience et d'autres organisations similaires ont rassemblé des survivant·es (des membres de la famille des disparu·es, par exemple) pour créer ces œuvres d'art publiques, leur donnant ainsi l'occasion de guérir et de s'approprier leurs récits qu'ils illustrent à la vue de leurs communautés.

Les méthodologies artistiques offrent aux survivant·es un langage alternatif leur permettant de restituer le traumatisme de leurs vécus et de composer de manière créative avec le passé tout en envisageant un nouvel avenir. Dans des contextes plus répressifs, ou des contextes où parler des atrocités passées est encore tabou ou dissuadé, les projets artistiques peuvent également être un moyen plus discret de mettre en œuvre une campagne de plaidoyer sans déclencher autant de suspicion ou de menace de la part des autorités, tout en influençant les membres de la communauté à un niveau plus subconscient. L'art peut permettre aux survivant·es et aux membres de la communauté de gérer la situation à leur propre rythme, dans leur propre espace et à travers leurs propres représentations créatives, ce qui peut souvent être productif et puissant.

Comme le déclare Amplifier, « L'art a la capacité de réveiller les gens et grâce à l'expression collective, nous pouvons susciter des émotions, raconter des histoires, inspirer et motiver. Utilisé comme un vecteur de problématiques sociales, l'art peut devenir un catalyseur de changements significatifs. » Si cette approche s'applique à toutes les campagnes, celle d'Amplifier Honor The Treaties (« Respecter les traités » en français), en collaboration avec des dizaines de dirigeants d'organisations de défense des droits issus de traités entre 2010 et 2015, avait pour objectif d'amplifier la voix des communautés autochtones par le biais de l'art et du plaidoyer social. Cela a permis de soutenir des collaborations entre des artistes autochtones et des groupes de défense des autochtones afin que leurs messages puissent captiver un public plus large dans leurs efforts pour protéger l'intégrité de leur terre, de leur eau et de leurs traditions.

Une fresque murale sur Melrose Avenue dans le Dakota du Sud. La fresque indique que les Black Hills ne sont pas en vente ! Un cri de ralliement commun pour les droits de Traité sur la réserve indienne de Pine Ridge. Photo de Juan Luis Garcia

Conclusion :

Le plaidoyer peut avoir des aspects, des apparences et se déployer de plus de mille façons différentes. Cette boîte à outils n'est que le point de départ de votre plaidoyer et de la construction d'un mouvement.

Depuis 2014, la GIJTR travaille en étroite collaboration avec des partenaires et des groupes de la société civile du monde entier pour renforcer les capacités et jeter les bases d'une participation à l'échelle communautaire aux processus de justice transitionnelle tant formels que communautaires. Nous espérons que cette boîte à outils sera utile dans ces processus de plaidoyer pour la vérité, la justice et la responsabilité. Télécharger les images d'Amplifier créées pour cette campagne ici. Les partenaires de la GIJTR sont encouragés à écrire à l'adresse suivante coalition@sitesofconscience.org pour obtenir un soutien supplémentaire.

RESSOURCES

Médias, plaidoyer et justice transitionnelle :

Construire une communauté d'apprentissage : Leçons pour une approche holistique et durable de la justice transitionnelle, (en anglais), Initiative mondiale pour la justice, la vérité et la réconciliation

De la mémoire à l'action : Boîte à outils pour la commémoration dans les sociétés post-conflit (en anglais), Coalition internationale des sites de conscience.

Médias et justice transitionnelle : Un rêve de symbiose dans une relation troublée (en anglais), Centre international pour la justice transitionnelle.

LES VOIES DE L'INNOVATION : La société civile au service de la justice transitionnelle (en anglais), Initiative mondiale pour la justice, la vérité et (en anglais), Initiative mondiale pour la justice, la vérité et la réconciliation.

Freedom of Speech and Expression:

Droit international des droits de l'homme Nations Unies

Déclaration universelle des droits de l'homme Nations Unies

Rapport de Freedom House de 2019 sur la liberté sur le Net : La crise des réseaux sociaux (en anglais)

Sécurité et Plaidoyer :

Défenseur·es de la ligne de front, en particulier Manuel de protection pour les défenseur·es des droits humains

Protection des victimes et des témoins (en anglais), Haut Commissariat aux droits de l'homme, Nations Unies

Conseils de sûreté pour les manifestations de Greenpeace, (en anglais), Greenpeace

Dépliant : Sûreté lors d'une manifestation, (en anglais), Amnesty International

Conseils pour manifester pacifiquement et en toute sécurité (en anglais), Human Rights Watch

Guide de sûreté pour les manifestations, (en anglais), Across Frontlines

Frontline Medics dispose d'un guide Instagram ici pour la sûreté dans les manifestations en lien avec les préoccupations de sûreté liées à la pandémie de Covid-19.

Union américaine pour les libertés civiles, Droits des manifestants

Création de campagnes de plaidoyer :

Boîte à outils de Beautiful Trouble: Exemples, études de cas et récits d'un groupe international d'artistes-activistes qui ont travaillé dans le cadre d'initiatives locales, en utilisant diverses méthodologies.

Comment organiser une manifestation ou une marche (en anglais), ihollaback.org

Planification des parties prenantes et du public cible : Cartographie des alliés du site 350.Org.

La carte de l'écosystème du changement social, (en anglais), un guide du Building Movement Project.

Trousse à outils pour le plaidoyer social, Socialbrite.org

Trousse à outils pour les réseaux sociaux, (en anglais), American Library Association

198 Méthodes d'action non-violente, (en anglais), The Albert Einstein Institution

Médias sociaux, Auditoires et marketing :

Numérique 2020 : Un regard complet sur l'état de l'Internet, des appareils mobiles, des réseaux sociaux et du commerce électronique (en anglais), Hootsuite

Utiliser votre réseau social comme un outil de justice sociale (en anglais) par Raina Brands et Aneeta Rattan, Harvard Business Review

Conseils pour la diffusion en direct des manifestations (en anglais), WITNESS

Approches pratiques du plaidoyer, de l'art et de la justice sociale :

Cartographie corporelle pour le plaidoyer, (en anglais), Initiative mondiale pour la justice, la vérité et la réconciliation

Créer des canaux de confiance : L'établissement de la vérité communautaire dans les régions périphériques de la Colombie, Initiative mondiale pour la justice, la vérité et la réconciliation.

REFERENCES

1 Citant le rapport Hootsuite 2020, John Koetsier a souligné dans le magazine Forbes (en anglais) que « l'utilisation des réseaux sociaux dépasse la croissance de la population dans une proportion de neuf pour un. Alors que la population globale a augmenté de 82 millions de personnes, soit un peu plus de 1"%, les utilisateurs actifs des réseaux sociaux ont augmenté de 321 millions de personnes : 9,2"% ».

2 (2015) Black Lives Matter BLM. États-Unis. [Archive Web] Récupérée à la Bibliothèque du Congrès, https://www.loc.gov/item/lcwaN0016241/.

3 https://www.cbsnews.com/news/george-floyd-black-lives-matter-impact/

4 https://www.ictj.org/sites/default/files/ICTJ-Briefing-Media-T.J.-2016.pdf, page 11

5 https://www.ictj.org/sites/default/files/ICTJ-Briefing-Media-T.J.-2016.pdf, pages 13-17

6 https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2014/01/02/social-networks-and-social-media-in-ukrainian-euromaidan-protests-2/

International Coalition of
SITES *of* CONSCIENCE

www.sitesofconscience.org

Facebook.com/SitesofConscience
@SitesConscience
SitesofConscience

GIJTR
Global Initiative for Justice
Truth & Reconciliation

www.gijtr.org

@GIJTR
@GIJTR