



*Personne  
n'écoute*

## développer des histoires personnelles

CETTE TACTIQUE S'UTILISE  
LORSQUE LES PERSONNES  
TOUCHÉES PAR UN PROBLÈME  
NE SONT PAS CONSULTÉES  
ET POUR DONNER UNE  
PROFONDEUR SUPPLÉMENTAIRE  
À LA PROBLÉMATIQUE POUR  
QUE LE PUBLIC CIBLE S'Y  
IDENTIFIE

## EXEMPLES TIRÉS DE LA VIDÉO

### ● Women'sNet : Témoignage numérique

*Réalisé par des femmes qui ont subi des violences*

Le but de ce projet est de faire partager les expériences personnelles de femmes qui ont survécu à la violence. Les histoires vécues sont représentées en format numérique, ce qui permet d'utiliser l'animation, les photos, la musique et la vidéo ; les histoires ont ensuite été diffusées entre les défenseurs des droits de l'homme, les décisionnaires et les travailleurs sociaux et humanitaires.

**OUTILS :** Caméscopes, animation numérique, logiciel de montage numérique, YouTube, blip.tv.

**LIENS :**

**Témoignages numériques :**

<http://www.justassociates.org/digitalstories.htm>

**Site Web :** <http://www.womensnet.org.za>

### ● Blank Noise (Bruit silencieux)

*Réalisé par des femmes contre le harcèlement dans les rues en Inde.*

Projet traitant du problème de l'harcèlement sexuel subi par les femmes en utilisant une combinaison de témoignages personnels et d'actions publiques. Les femmes racontent leur expérience en envoyant les vêtements qu'elles portaient lorsqu'elles ont subi le harcèlement. Elles participent à un « blogathon » sur ce qui leur est arrivé, publient des photographies des endroits où elles ont subi le harcèlement et racontent comment elles ont réagi à cet harcèlement en pleine rue.

**OUTILS :** Blogspot.com, Facebook, Flickr

développer des histoires personnelles: p1

**LIENS :**

**BLOGS :** <http://blog.blanknoise.org/>

### ● « A Duty to Protect : Justice for Child Soldiers in the D.R.C. » (Un devoir de protéger : la justice pour les enfants soldats de RDC).

*Réalisé par Ajedi-Ka PES/Child Soldier Project et WITNESS*

Documentaire montrant les histoires personnelles d'enfants soldats. À la suite de la diffusion de la vidéo, la Cour Pénale Internationale a lancé des poursuites contre des soldats de l'armée congolaise qui avaient recruté des enfants soldats.

**OUTILS :** Caméscopes, logiciel de montage numérique, site Web

**LIENS :**

**SITE WEB :** <http://www.ajedika.org/>



## PLANIFIEZ VOTRE ACTION

- Dans les vidéos montrant la vie des enfants soldats au Congo, la même histoire était racontée de deux manières différentes : l'une étant une histoire de sensibilisation à l'intention de la communauté locale et l'autre une histoire qui avait pour but d'influencer les tribunaux. Réfléchissez à la manière dont le matériel de départ que vous rassemblez peut être adapté pour raconter des histoires différentes selon le public visé.
- Dans le cas de Blank Noise, le fait de rassembler les histoires personnelles et de les développer sur un site Web a créé un sens de la communauté chez les participants. Qu'est-ce qui donnerait envie aux personnes avec qui vous travaillez et/ou la communauté de raconter leur histoire ? Comment soutenir les participants pour qu'ils restent en contact les uns avec les autres ?
- Les histoires personnelles peuvent s'avérer révélatrices. Si vous demandez aux autres de partager leur histoire, vous avez la responsabilité de protéger leur confidentialité et d'assurer leur sécurité. Lorsque le fait de témoigner peut entraîner des risques à l'encontre du témoin, discutez-en avec lui en détail. Il se peut que vous devez dissimuler l'identité des témoins en omettant toute mention de leur nom et le lieu où ils habitent et en brouillant leur image et transformant leur voix.
- Travailler avec des témoins potentiels pour les amener à raconter leur histoire prend du temps. Ajedi Ka, au Congo, a passé des mois à faire connaissance avec les enfants et les soldats avant de les filmer. Réfléchissez comment établir la confiance et comment aider les témoins à raconter leur histoire.
- Raconter des histoires en ligne est l'une des formes d'action collective, mais quelles sont les autres options ? Est-ce que vos collaborateurs vous aideront à mener une campagne dans leur quartier, à promouvoir l'initiative et à créer le matériel ?

développer des histoires personnelles: p2



## ÉTUDE DE CAS

**TITRE :** We the Women (Nous les femmes)  
**QUI :** Areej Khan, directrice du projet  
**OÙ :** Les femmes en Arabie Saoudite et les femmes saoudiennes à l'étranger  
**SITE WEB :** <http://www.n7nudrive.com/>

### DESCRIPTION:

Pour attirer l'attention sur les lois interdisant aux femmes en Arabie Saoudite de conduire des voitures, Areej Khan, artiste et graphiste saoudienne résidante aux États-Unis, a créé la campagne « We the Women » (Nous les femmes). Le projet demande aux femmes de répondre à la question « Conduire ou ne pas conduire ? » en écrivant leurs réponses sur des autocollants qu'elles peuvent afficher dans des espaces publics. Areej a demandé aux participantes de photographier leurs autocollants et de les envoyer par courriel ou de les poster directement chez le groupe créé sur Flickr et sur la page Facebook du projet. « En général, les participantes préféraient poster les autocollants de façon anonyme en me les envoyant par courriel ; c'était moi alors qui les postais moi-même » Areej a expliqué. Le projet a retenu l'attention des médias en Arabie Saoudite et aux États-Unis. « La plupart des participantes sur la page Facebook sont contre le fait que les femmes conduisent - Areej a déclaré. Il y a des avis très partagés et des débats par rapport au groupe. J'ai dû me préparer à ne pas pouvoir en contrôler le résultat. Il s'agit de trouver une solution en tant que communauté, pas de ce que je pense ou valorise. » Bien que le projet suscite beaucoup de commentaires contre le fait que les femmes conduisent en Arabie Saoudite, Areej trouve que « beaucoup de personnes disent qu'elles pensent que les choses vont bientôt changer grâce à la tribune offerte aux femmes par des projets comme celui-ci. »

développer des histoires personnelles: p3

**OUTILS :** Facebook, Flickr, YouTube. Les autocollants peuvent être téléchargés depuis Flickr et imprimés. Le site Web utilise HTML, JavaScript.

**AMPLITUDE :** Plus de 2000 personnes se sont exprimées sur la page Facebook au cours des trois premiers mois du projet (avril à juin 2009) et 25 motifs pour autocollants ont été postés. La plupart des autocollants avaient été envoyés en provenance de l'Arabie Saoudite.

**FRAIS :** USD \$2000 (hébergement du site, tirage des autocollants)

**RESSOURCES :** Un bénévole pour gérer le projet. Un imprimeur en Arabie Saoudite a réalisé 3000 autocollants gratuitement.

**DURÉE :** Sept mois pour apprendre à créer un site Web, planifier le projet et le mettre en oeuvre. La première participante a publié une photographie deux jours seulement après le lancement du projet.

**NIVEAU DE DIFFICULTÉ :** niveau deux sur cinq.

### LIENS :

Blog de New York Times : <http://bit.ly/luKpW>

Photos des autocollants : <http://bit.ly/xksVb> (flickr.com)



[HTTP://WWW.N7NUDRIVE.COM/](http://www.n7nudrive.com/)

## LE FAIRE SOI-MÊME

### Se demander

- Quel est votre rôle dans la communauté sur laquelle vous souhaitez faire partager une histoire ? Quels sont vos liens avec ces personnes et quelles seront leur opinion sur vous ?
- Que gagnera la communauté ou le groupe à dévoiler ses expériences personnelles face à un public plus large et quels sont les risques possibles ?
- Est-ce que les expériences personnelles seront partagées à huis clos (comme par exemple dans le contexte d'un atelier) ou bien publiées en ligne afin de toucher un public plus large, qui pourrait également les publier à nouveau dans un contexte différent ?
- Quels sont les risques potentiels par rapport à la confidentialité et à la sécurité associés à la révélation de ces histoires ?
- Existe-t-il un thème d'actualité auquel vous pouvez relier les histoires ?
- Est-ce que les histoires que vous rassemblez ont rapport à plusieurs publics ? À titre d'exemple : aux décideurs aussi bien qu'aux membres de la communauté ?



### Des solutions différentes

- 1 Les histoires peuvent être racontées aussi bien avec des objets qu'avec des mots. Blank Noise postait les photos des vêtements portés par les femmes lorsqu'elles avaient subi un harcèlement et les utilisait également lors des manifestations de rue.
- 2 Les participants ont la possibilité de raconter leur expérience de façon anonyme par le biais des téléphones portables, soit par un appel soit par des textos. Ces témoignages peuvent être envoyés directement à votre campagne ou téléchargés depuis leurs téléphones et partagés sur un site Web.
- 3 Taguer ou étiqueter le contenu en ligne avec un mot-clé peut vous permettre de regrouper beaucoup de témoignages sur un seul site Web. Vous pouvez demander qu'on télécharge des photos, des vidéos et des messages blog sur de différents sites Web en utilisant le même tag pour tous les postes. Vous pouvez afficher tous les témoignages sur votre site avec ce tag.
- 4 Beaucoup de personnes dans des régions différentes peuvent contribuer en envoyant une vidéo courte ou une série de photos afin qu'on puisse créer une vidéo plus longue. Ceci permet aux personnes qui ignorent comment monter des vidéos d'y ajouter de la musique, des effets, et de collaborer à distance.
- 5 Dans le cas de vidéos dont les participants ne devraient pas montrer leur visage, l'utilisation de l'animation ou des marionnettes (si approprié dans le contexte de la vidéo en question) peut contribuer à personnaliser la séquence.

## OUTIL VEDETTE

### Production d'un mash-up :

Le site Web proposé par « We the Women » réunit les histoires publiées par de nombreuses personnes sur Facebook, Flickr, YouTube et Google News. Si vous souhaitez créer un simple site Web, vous pouvez utiliser un blog gratuit, comme WordPress, en y ajoutant des articles en provenance d'autres sites afin que le vôtre puisse se mettre à jour automatiquement lorsque de nouveaux messages y sont ajoutés. Si vous ne travaillez pas sur un problème sensible dans le contexte duquel les messages doivent subir des modifications avant d'être publiés, un site mash-up peut rassembler beaucoup de témoignages de façon rapide et simple.



HTTP://WWW.ILOVEMOUNTAINS.ORG/

développer des histoires personnelles: p5

## CONSEILS

### AREEJ KHAN (« WE, THE WOMEN ») SUR L'ACTION LOCALE :

« Si j'avais eu la possibilité, j'aurais lancé l'initiative lorsque je me trouvais en Arabie Saoudite. Je suis de là-bas, mais certains ont suggéré que je n'étais pas légitime puisque je résidais aux États-Unis à l'époque où j'ai lancé le projet. Je retournerai en Arabie Saoudite pour le continuer. »

### SALLY-JEAN SHACKLETON (« WOMEN'SNET ») SUR LES TÉMOIGNAGES PERSONNELS :

« Le but, c'est que les témoins s'approprient de leur propre histoire. Cela signifie également que ce n'est pas nous qui décidons des médias. Les médias, ce sont ces personnes elles-mêmes. »

### SAM GREGORY (« WITNESS ») SUR LES RISQUES :

« C'est l'ère numérique et tout le monde peut visionner des séquences filmées ; il suffit qu'une seule personne en fasse une copie pour que la séquence se retrouve en ligne. Nous encourageons les gens à bien réfléchir pour comprendre les conséquences possibles et pour pouvoir faire un choix averti. »