

8

REPORT  
LIVE IT

*Réaliser des  
reportages  
en direct*

**utilisez les  
informations  
collectives**

CETTE TACTIQUE PERMET DE  
CREER OU DE RASSEMBLER DES  
INFORMATIONS, REALISER DES  
REPORTAGES SUR DES EVENEMENTS  
PUBLICS (PAR EXEMPLE ELECTIONS  
OU MANIFESTATIONS) ET DE  
RÉAGIR EN CAS DE CATASTROPHE  
OU D'INSURRECTION

## EXEMPLES TIRÉS DE LA VIDÉO

- **Reportages en direct sur les attaques terroristes à Mumbai en 2008 Terror Attacks**

### *Habitants de Mumbai*

Grâce aux textos et aux photos prises sur téléphone portable, les gens de la ville se sont organisés pour trouver et partager les informations qui n'étaient pas disponibles dans les médias lors des attaques terroristes à Mumbai. Ce réseau spontané de reportages au sein de la communauté a permis d'identifier les blessés et de constater les décès ainsi que de soutenir les dons de sang coordonnés et d'autres activités visant à apporter de l'aide aux victimes.

**OUTILS :** Twitter, Flickr, MySpace, blogs, téléphones portables

**LIENS :**

**Photos :** <http://bit.ly/TiYzh> (flickr.com)

**Messages Twitter :** <http://bit.ly/nOAId> (flickr.com)

- **Rassemblement des communiqués des citoyens concernant la violence**

### *Foko et les habitants de Madagascar*

Les habitants de Madagascar ont envoyé à Foko des messages SMS à propos d'actes de violence commis par l'armée et la police au cours des manifestations contre un coup d'état. Ces informations ont été publiées sur une carte en ligne et une équipe de bloggeurs locaux a vérifié l'exactitude des messages. Les médias traditionnelles étant alors compromises, le site web de Foko a servi de mettre en garde les citoyens contre les quartiers sensibles et de donner une image plus détaillée de la crise qu'un reportage traditionnel l'aurait fait, ce moyen a assuré une source indépendante d'informations pour rendre compte des événements.

**OUTILS :** IntelliSMS, FrontlineSMS, Ushahidi, Twitter, téléphones portables, blogs

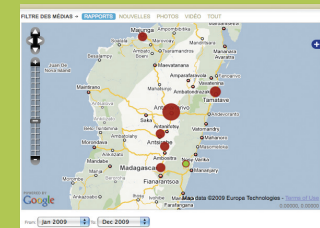
**LIENS :**

**Site web de FOKO :** <http://foko.ushahidi.com/>

**Interview avec Foko :** <http://bit.ly/QZvVM>  
(globalvoicesonline.org)



TWITTER



FOKO

## PLANIFIEZ VOTRE ACTION

- Le journalisme citoyen est possible dans beaucoup de régions, quoiqu'il existe des différences en ce qui concerne la technologie et la facilité de votre communauté vis-à-vis de l'utilisation de certains outils. C'est l'une des raisons pour laquelle Twitter est un outil efficace en Inde ; en utilisant un code court gratuit, les utilisateurs ont la possibilité d'envoyer les dernières nouvelles par le biais des textos envoyés depuis téléphone portable – un service qui n'est pas disponible dans le monde entier.
- Il n'y a pas forcément besoin de créer un outil en partant de zéro. Ushahidi, qu'on a utilisé pour suivre les incidents violents à Madagascar, a tout d'abord été imaginé dans le contexte d'un projet analogue au Kenya. L'équipe Foko n'a donc pas eu à créer un logiciel personnalisé ; par contre, elle l'a dû l'adapter aux besoins spécifiques de sa campagne.
- L'un des moyens d'accomplir le reportage en direct est de rassembler des communiqués spontanés sur l'actualité, comme dans le cas des attaques à Mumbai. Pour que ce type de reportage fonctionne, il est important de mettre en place un réseau de bloggeurs et de journalistes citoyens prêts à publier et à réagir aux actualisations en direct.
- Une autre façon de réaliser des reportages en direct consiste à coordonner les reportages à l'avance, comme dans le cas de la campagne à Madagascar. Ce genre de reportage nécessite un programme de travail de proximité pour obtenir l'engagement de journalistes citoyens potentiels. Les médias traditionnels peuvent être utilisés à des fins de sensibilisation sur l'initiative.
- L'importance du journalisme citoyen s'accroît. Au cours des dix dernières années, la façon d'obtenir des informations a considérablement changé. Non seulement, les communautés produisent leurs propres informations, mais les médias traditionnels, de la radio en passant par la télévision, font de plus en plus appel au journalisme citoyen.

utilisez les informations collectives: p2



UNSUNG PEACE HEROES

## ÉTUDE DE CAS

**TITRE :** Unsung Peace Heroes (Héros méconnus de la paix)  
**QUI :** Butterfly Works et Media Focus on Africa Foundation  
**OU :** Kenya  
**SITE WEB:** <http://peaceheroes.usshahidi.com>

### DESCRIPTION:

Unsung Peace Heroes a rendu hommage à ceux qui ont œuvré en faveur de la paix lors des incidents violents post électorales au Kenya en décembre 2007. On a proposé aux Kenyans de nommer des personnes et des associations par texto et par courriel, ou sur des formulaires imprimés mis à leur disposition lors des manifestations pour la paix. Les associations Butterfly Works et Media Focus on Africa ont recueilli ces nominations et avec l'aide de Nairobi, une école locale de graphisme, elles ont traduits, vérifiés et ajoutés à une carte grâce à Ushahidi, l'outil pour le reportage communautaire. De plus de son public en ligne, Peace Heroes a mis de la publicité dans les journaux, à la radio et à la télévision et les étudiants de Nairobi ont distribué des prospectus. En 2009, les huit Héros gagnants de la paix ont été reconnus sur une chaîne nationale de télévision ; ils ont donné leurs récompenses pour venir en soutien à leur communauté et aux projets pour la paix. Joel, l'un des gagnants, a caché chez lui 18 personnes pendant quinze jours afin de les soustraire à la violence. Il déclare : « Des diverses communautés de partout m'ont félicité par téléphone et par texto. Nous avons décidé en famille d'organiser une fête et les y inviter, ainsi que des gens de notre communauté, un conseiller local et des représentants de l'administration. Le besoin d'une initiative en faveur de la paix a vu le jour au cours de cette fête et j'ai été désigné pour créer et faire enregistrer un groupe pour la paix et recruter des membres pour lutter contre la violence. » Selon Marten Schoonman, de Media Focus on Africa : « Le but est de répandre un message

d'espoir et de souligner les éléments positifs dans cette période de difficultés. Les conflits sont encore loin d'être résolus à ce jour. Mais, comme l'effet papillon, une initiative relativement modeste comme la nôtre peut avoir des retombées et des effets bénéfiques inattendus. »

**OUTILS :** Ushahidi, téléphones portables Facebook, site web.  
**AMPLITUDE :** National. Plus de 500 nominations en un mois, avec un maximum de 80 par jour après couverture dans les médias Kenyans.

**FRAIS :** USD \$ 18 000 (dont \$ 3 000 pour le système SMS et le reste pour la publicité et les attributions aux participants).

**RESSOURCES :** Personnel local, bénévoles et associations partenaires pour assurer la publicité de la campagne et réaliser la page Facebook. Jury d'experts locaux représentatifs.

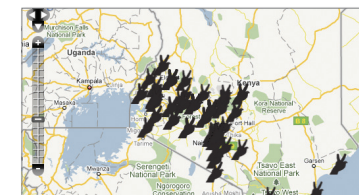
**DURÉE :** Un mois pour rassembler les nominations ; la remise des récompenses aux Héros pour la paix, lors de la cérémonie organisée en leur honneur, a eu lieu trois mois plus tard.

**NIVEAU DE DIFFICULTÉ :** Trois sur cinq

### LIENS :

**Projets des héros :** <http://bit.ly/3T67Xo>  
([mediafocusafrica.org](http://mediafocusafrica.org))

**Article :** <http://bit.ly/7UdtG> ([butterflyworks.org](http://butterflyworks.org))



## LE FAIRE SOI-MÊME

### Se demander :

- Comment les reporters échangeront-ils les informations sur le terrain ? Est-ce qu'il serait mieux de mettre l'accent sur les téléphones portables ou sur l'Internet comme moyen d'obtenir et de partager les informations ?
- Est-ce qu'il serait mieux d'essayer de coordonner les communiqués spontanés ou bien d'établir un plan au préalable avec les journalistes citoyens ? Est-ce qu'un outil est déjà disponible pour la compilation des reportages, ou bien aurez-vous besoin de le mettre au point vous-même ?
- Quel est votre programme médiatique et quelle est sa portée ? Les campagnes fondées sur le reportage en direct ont tendance à bénéficier de la médiatisation autant à cause des technologies utilisées que la problématique de fond qu'elles soulèvent. Comment gérer ce genre de médiatisation et l'augmentation dans le nombre de reportages qu'elle peut occasionner ?
- Pour que le reportage en direct ait un impact fort, il doit être lié à un thème d'actualité ou une question brûlante. Quel événement d'actualité peut s'utiliser pour retenir l'attention du public ?
- Réfléchissez à l'utilisation appropriée des outils pour le reportage en direct. Quel est le contexte le mieux adapté pour un outil analogue à Ushahidi ? De quelle manière il pourrait limiter la campagne ?
- Comment contourner le fait que certains de ces systèmes soient plus efficaces que si un grand nombre de personnes sont impliquées ?

utilisez les informations collectives: p4

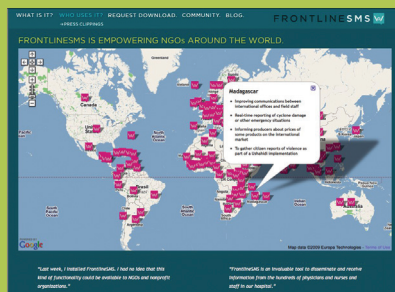
### Des solutions différentes

- 1 Utilisez les téléphones portables pour attirer l'attention sur votre problématique. Demandez que l'on réponde aux questions soulevées par votre campagne en envoyant des textos ou des photos depuis le portable. Vous pouvez faire partager ces reportages sur un site Web ou un site accessible à partir des portables.
- 2 Le reportage en direct peut garantir la sécurité des activistes au cours d'une manifestation ou d'un autre type d'action. Deux des outils utilisés à cette fin sont Twitter et Qik.com (un programme vidéo sur téléphone portable) ceux-ci permettent aux activistes d'échanger des textes et des vidéos actualisées concernant des personnes qui ont été arrêtées et d'attirer l'attention de leurs partisans partout dans le monde.
- 3 Si les médias de masse n'y prêtent pas attention, ou bien si votre campagne est censurée, les activistes peuvent utiliser des outils comme Twitter ou Ushahidi pour informer le public sur leurs actions en direct. Ces reportages peuvent servir à mieux attirer l'attention des médias internationaux.
- 4 Si vous disposez d'une connexion rapide à l'Internet, vous pouvez utiliser des vidéos pour diffuser en ligne un événement de la campagne en direct grâce à un ordinateur, un caméscope (éventuellement un modèle intégré à votre ordinateur) et un programme de vidéo en direct tel que Ustream.tv ou Livestream.com.
- 5 Évitez la confiscation de vos informations en les diffusant sur un réseau de partisans fiables. Si par exemple on a pris des photos ou tourné des vidéos, on peut les envoyer à d'autres personnes situées hors de la zone de risque par le biais d'un transfert des dossiers entre portables, ou bien par courriel ; les fichiers peuvent ensuite être effacés via son propre portable.

## OUTIL VEDETTE

### Reportage en direct et gestion de vos contacts

FrontlineSMS (<http://www.frontlinesms.org>) permet à une quantité importante de gens de communiquer en dehors de toute connexion Internet. Les activistes utilisent FrontlineSMS pour envoyer des messages qui seront reçus sous forme de textos sur les réseaux de téléphonie mobile à partir de leur ordinateur portable. Ce système de communication peut fonctionner dans les deux sens ; les activistes l'utilisent lors de la surveillance du respect des droits de l'homme, l'organisation de manifestations, la réalisation des enquêtes auprès du public et la mise en place des systèmes d'alerte. Une communauté en ligne active assure des conseils aux nouveaux utilisateurs.



utilisez les informations collectives: p5

## CONSEILS

### KEN BANKS (FRONTLINESMS) SUR LA COLLABORATION :

« Grâce aux technologies disponibles, c'est possible de faire rapprocher des voix différentes. On peut combiner les renseignements tirés des reportages en direct avec les actualités généralisées du jour. Le résultat permet de réaliser une image plus riche de ce qui se passe sur le terrain. »

### DINA MEHTA (CHERCHEUSE EN TECHNOLOGIE) SUR LA PUISSANCE DE LA COMMUNAUTÉ :

« Il y a des communautés constituées au fil du temps dans plusieurs espaces du web, sur des blogs, sur Facebook ou sur Twitter. Ces outils vous permettent de mettre en réseau toutes vos communautés en ligne et d'opérer en tant que centre pour les gens connectés. Ainsi, lorsqu'il faut réagir à un événement, vous pouvez mobiliser votre communauté spontanément en ligne, grâce aux multiples connexions que vous avez créées lors de votre utilisation du Web. »

### SAMI GHARBIA (GLOBAL VOICES) SUR L'INFORMATION EN DIRECTE CONCERNANT LES ARRESTATIONS :

« Les activistes utilisent Twitter pour mettre en garde leurs camarades activistes ou blogueurs contre l'arrestation d'autres blogueurs. On a appris le cas d'un journaliste américain qui assistait à une manifestation à Mahala, Égypte, pendant la grève du 6 avril. Lors de son arrestation, il s'est contenté d'envoyer à Twitter un simple message : « Arrêté », ce qui a alerté ses amis, ses parents et même l'ambassade des États-Unis pour qu'ils puissent intervenir pour le faire libérer de prison. »