

AGIR CONTRE LA VIOLENCE DE GENRE FACILITÉE PAR LES TECHNOLOGIES

TROUSSE À OUTILS POUR LES FORMATEURS ET FORMATRICES ET LES DÉFENSEURS ET DÉFENSEUSES

VOYEURISM

TROLLING

SEXTORTION

HACKING

DEEPPFAKES

DOXING

AGIR CONTRE LA VIOLENCE DE GENRE FACILITÉE PAR LES TECHNOLOGIES: TROUSSE À OUTILS POUR LES FORMATEURS ET FORMATRICES ET LES DÉFENSEURS ET DÉFENSEUSES

Droit d'auteur © 2024 WACC et Publications du COE. Tous droits réservés. La présente publication peut être reproduite avec pleine reconnaissance de la source. Aucune partie de la présente publication ne peut être traduite sans l'autorisation écrite préalable de l'éditeur. Contact: wacc@waccglobal.org.

*L'**Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC)** est une organisation non gouvernementale internationale qui défend la communication en tant que droit humain fondamental essentiel à la dignité des personnes et aux communautés. Ancrée dans la foi chrétienne, la WACC agit auprès de toutes les personnes qui se voient nier leur droit à la communication du fait de leur statut, de leur identité ou de leur genre. Elle plaide pour un accès plein et entier à l'information et à la communication et défend des médias ouverts et diversifiés. La WACC renforce les réseaux de spécialistes de la communication pour plus de paix, de compréhension et de justice.*

*Publications du COE est le programme d'édition de livres du **Conseil œcuménique des Églises**. Le Conseil œcuménique des Églises (COE) est une communauté mondiale de 352 Églises membres qui représentent plus de 500 millions de chrétiens dans le monde. Le COE appelle ses Églises membres à rechercher l'unité, le témoignage commun et le service aux autres dans un monde où la justice et la paix trouvent leur fondement dans l'espérance et la solidarité. Le COE œuvre avec des hommes et des femmes de toutes les confessions en quête de réconciliation dans un objectif de justice et de paix visant un monde plus équitable.*

Les citations de la Bible sont tirées de la Traduction œcuménique de la Bible (TOB) –
© Copyright 2010 Société biblique française et Éditions du Cerf. Reproduit avec autorisation.

Contributions: Sarah Macharia (WACC), Sara Speicher (WACC), pasteure Nicole Ashwood (COE)

Conception: Nineteen Trees Creative

Avec le soutien du ministère fédéral allemand des Affaires étrangères.

ISBN 978-2-8254-1859-8

WORLD ASSOCIATION FOR CHRISTIAN COMMUNICATION

80 Hayden Street, Toronto, ON, M4Y 3G2 Canada
100 Church Road, Teddington, TW11 8QE Royaume-Uni
www.waccglobal.org

CONSEIL ŒCUMÉNIQUE DES ÉGLISES

150 route de Ferney, CP 2100
1211 Genève 2, Suisse
www.oikoumene.org

TABLE DES MATIÈRES

Introduction: Éradiquer la cyberviolence de genre.....	4
Comment utiliser cette trousse à outils	5
Définitions	6
Comprendre le paysage médiatique actuel.....	8
Éléments clés des «informations»	
Éléments clés de la communication numérique	
Fausses informations et désinformation	
Droits à la communication	
Pourquoi s'en soucier: engagements politiques.....	11
Engagements politiques clés	
Politiques concernant les réseaux sociaux	
Pourquoi s'en soucier: impact de la violence de genre facilitée par les technologies.....	13
Les faits probants	
Faits probants: monétiser la misogynie	
Surveiller la misogynie sur les médias sociaux.....	16
Pourquoi surveiller les médias sociaux?	
Méthodologie	
Règles d'or de la surveillance des médias	
Instructions pour la surveillance des médias sociaux et fiches de codage	18
Mise en pratique	
Présentez vos résultats au reste du groupe	
Utilisez les résultats de la surveillance	
Partagez vos efforts.....	24
Modèle: mon plan d'action	
Annexe 1: Étapes requises pour créer un plan de communication stratégique.....	26
Annexe 2: Code de conduite lors de réunions	27

INTRODUCTION: ÉRADIQUER LA CYBERVIOLENCE DE GENRE

Ces dernières années, il est devenu de plus en plus urgent d'agir pour surveiller et transformer toutes les formes de médias afin que les femmes y aient accès pleinement et équitablement, soient représentées et voient leur dignité respectée, notamment à cause de la généralisation de la violence sur les médias sociaux et d'autres plateformes de communication mobile, les blogs et les applications de messagerie. Une nouvelle étude met en lumière les attaques incessantes, facilitées par les technologies, dont sont victimes les femmes de la sphère publique (politiques, journalistes, célébrités, etc.) du fait de leur genre.

Le Conseil œcuménique des Églises (COE) et l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC) unissent leurs réseaux et leur expertise pour faire en sorte que le paysage médiatique soit sûr et juste pour les femmes et les filles – et pour tout le monde.

La WACC défend les droits à la communication et plaide pour l'égalité de genre dans et par les médias. Les partenaires à l'échelle communautaire, nationale et internationale opèrent une surveillance des médias axée sur le genre dans le but de générer des données et d'étayer les efforts d'éducation, de sensibilisation, de formation, de plaidoyer et d'interaction avec les professionnel-le-s des médias sur les questions de politiques et de pratiques médiatiques. La surveillance des médias axée sur le genre permet de collecter les données nécessaires aux activités de sensibilisation, de plaidoyer et de modification des politiques pour une plus grande égalité entre les femmes et les hommes et l'émancipation de toutes les femmes et de toutes les filles.

Dans les années 1990, le COE a popularisé et donné de l'ampleur à la campagne contre le viol et la violence baptisée «Les Jeudis en noir». Ce mouvement est devenu un

outil de plaidoyer œcuménique mondial à la fois simple et puissant contre la violence sexuelle et de genre. De nombreuses Églises et entités ecclésiales l'ont adopté, de même que des conseils nationaux, des partenaires interreligieux et des institutions académiques. Ce type d'impulsion redessine les contours de la défense des causes et du leadership mondial des femmes et des hommes pour qu'advienne un changement pérenne.

Ensemble, le COE et la WACC proposent une coalition de partenaires œcuméniques pour le développement et basés sur les droits qui agissent en faveur d'un paysage médiatique plus équitable, durable et inclusif pour les filles, les femmes et les groupes marginalisés.

Cette trousse à outils s'inscrit dans notre vision d'un Observatoire œcuménique des médias et du genre qui sensibilise, forme à une lecture critique des médias et génère les faits probants requis pour informer et défendre la cause auprès des plateformes médiatiques et des décideurs politiques.

Le contenu de la trousse à outils se base sur l'atelier d'inauguration «Agir contre la violence sexuelle et de genre en ligne» organisé en décembre 2023 par le COE et la WACC, avec le soutien du ministère fédéral allemand des Affaires étrangères. Dix jeunes leaders dynamiques du monde entier ont testé la méthodologie et conçu leur propre plan d'action à partir des informations et outils partagés par et entre les participant-e-s.

Grâce à cette énergie et source d'inspiration, nous avons bon espoir qu'en sensibilisant les esprits et en diffusant les connaissances nécessaires à la surveillance des médias sociaux, nous pourrions transformer les attitudes et les politiques pour rendre nos espaces en ligne, et le monde réel, plus sûrs pour tous et toutes.

COMMENT UTILISER CETTE TROUSSE À OUTILS

Cette trousse à outils présente les informations clés assorties d'exercices dans le but d'informer les individus et les groupes sur l'existence et les conséquences de la violence de genre facilitée par les technologies. Les lecteurs et lectrices se voient proposer des outils de recherche et de plaidoyer leur permettant d'utiliser leurs nouvelles compétences et les informations reçues pour faire changer les choses.

Si vous êtes animateur ou animatrice, vous pouvez guider votre groupe tout au long des différentes sections et inviter quelques membres du groupe à se documenter sur un thème donné puis à en faire une présentation au reste du groupe. La clé réside dans la communication d'informations claires et avérées, le temps alloué aux discussions et aux travaux en groupe, et les ressources recommandées en complément d'information.

Les diapositives mentionnées dans le texte sont mises à votre disposition et peuvent être intégrées à vos séances. Vous les trouverez à l'adresse suivante: https://bit.ly/TFGBV_Trainer_Resources. Vous pouvez créer vos propres supports de présentations ou modifier et présenter les supports proposés en les adaptant à votre contexte et public. Veuillez simplement à mentionner la source des outils utilisés.

Le nombre de séances requises dépend du degré de sensibilisation et d'implication de votre public et de vos objectifs.

Voici un exemple de structure pour une session de cinq séances d'une heure à une heure et demie chacune:

1. Introduction au sujet: définitions et paysage médiatique actuel
2. Pourquoi s'en soucier: politique et impact
3. Surveillance des médias sociaux: description et mise en pratique

4. Surveillance des médias sociaux: présentation des résultats

5. Communication et plan d'action

Vous pouvez également ajouter des séances sur les motifs religieux justifiant d'éradiquer la violence de genre.

Par la suite,, nous espérons que cela vous incitera, tant vous-même que les membres de votre groupe, à opérer une surveillance des médias sociaux et à faire part de vos données et preuves à l'Observatoire œcuménique du genre et des médias. Plus nous collectons de résultats, plus nos données seront robustes et deviendront un outil de plus en plus efficace pour plaider auprès des utilisateurs, utilisatrices, plateformes et décideurs.

Si vous organisez des ateliers en personne, pensez à partager un Code de conduite avec les participant-e-s (cf. Annexe 2 pour un exemple de Code). Nous ne pouvons présumer que tous nos espaces sont exempts du type de violence dont nous parlons et que nous dénonçons, et nous nous devons de faire montre d'une participation responsable.

Une sélection de ressources supplémentaires pour en apprendre davantage et défendre la cause est également disponible à l'adresse <https://waccglobal.org/gender-justice-online>

De nouveaux outils pour la formation à la surveillance des médias sociaux et le plaidoyer pour la justice numérique seront mis à disposition. Si vous souhaitez être tenu-e informé-e des nouvelles ressources et occasions d'agir, veuillez souscrire à la lettre d'information bimensuelle et gratuite, The Hub, sur: waccglobal.org/subscribe. Vous pouvez également vous inscrire aux Nouvelles du COE sur: <https://www.oikoumene.org/get-involved/subscribe>.

DÉFINITIONS

Les termes utilisés pour décrire un phénomène façonnent la compréhension juridique et sociale de l'expérience. Modifier la terminologie afférente à un comportement donné peut à son tour modifier les normes de cette société . . . Identifier et nommer les préjugés peut avoir d'importantes répercussions sociétales.

—Suzie Dunn, «Is it Actually Violence? Framing Technology-Facilitated Abuse as Violence» («Est-ce réellement de la violence? Qualifier les abus facilités par les technologies de violence», non traduit) dans *The Emerald International Handbook of Technology-Facilitated Violence and Abuse*.

Les formes et schémas de violences faites aux femmes et aux filles en ligne ne cessent d'évoluer et continuent de se multiplier dans un contexte de numérisation rapide et croissante.

La réalité virtuelle et le métavers ont créé de nouveaux espaces numériques où s'expriment les mêmes formes de misogynie et de violence sexuelle que hors ligne. L'intelligence artificielle a ouvert la voie à de nouvelles formes de violence. Les femmes et les filles sont visées de manière disproportionnée par ce type d'agression.

Les mots, images et sons en ligne qui désignent des abus et violences ont différents noms:

- Cyberharcèlement
- Cyberviolence
- Harcèlement numérique
- Violence numérique
- Violence facilitée par les TIC
- Violence en ligne
- Violence de représentation
- Violence symbolique
- Violence liée aux technologies ou facilitée par les technologies
- Contrôle coercitif facilité par les technologies

La formule «**Violence de genre facilitée par les technologies**» est considérée comme la plus précise.

QUELQUES TERMES DÉCRIVANT LA VIOLENCE DE GENRE FACILITÉE PAR LES TECHNOLOGIES ET LEURS DÉFINITIONS

Diffamation. Mentir au sujet d'une personne, ou la représenter de manière erronée en ligne dans le but de nuire à sa réputation et à ses relations.

Appel du pied. Utiliser des mots et/ou des symboles ayant un double sens ou un sens codé qui est maltraitant.

Divulgaration de données à caractère personnel (ou «doxing»). Publier et diffuser des informations privées et confidentielles, comme l'adresse du domicile.

Désinformation relative au genre. Un sous-ensemble abus en ligne liés au genre qui utilise des arguments erronés ou trompeurs sur les questions de sexe ou de genre à l'encontre des femmes, souvent associés à une certaine forme de coordination, dans le but de dissuader les femmes de participer à la sphère publique.

Piratage. Surveillance par des partenaires, employeurs, États ou autres acteurs.

Abus fondés sur l'image («deepfakes» et «shallow fakes»). Les «deepfakes» impliquent un recours à l'intelligence artificielle pour produire des vidéos avec des images fausses, mais réalistes d'une personne. Les «shallow fakes» sont des vidéos, des images ou des enregistrements audio manipulés sans intelligence artificielle, par exemple avec Photoshop ou des logiciels de montage vidéo de base.

Publication non consentie d'images intimes.

Publier du contenu privé et à caractère sexuel, de format vidéo ou photo, d'une autre personne sans son consentement et aux fins de la mettre dans l'embarras ou en détresse.

Plateformes/intermédiaires en ligne.

Les prestataires de services en ligne qui participent à des activités non éditoriales, notamment les activités de stockage, distribution et partage en ligne; de réseautage social, collaboration et jeux; ou de recherche et référencement.

Sextorsion. Escroquer une personne en ligne en la menaçant de publier des informations, images ou clips à caractère sexuel d'un individu à moins de verser une somme aux malfaiteurs, de suivre leurs instructions ou de s'adonner à des actes sexuels avec ou pour eux.

Exploitation sexuelle des suites d'une cyberprédation. Amadouer de jeunes femmes ou des filles sur les médias sociaux et diverses plateformes de messagerie instantanée, ou publier de fausses annonces en ligne, dans le but de les attirer vers des formes d'exploitation sexuelle hors ligne.

Espionnage. Surveillance par le piratage de comptes ou l'interception de communications privées.

Traque obsessionnelle (ou «stalking»). Contact ou surveillance continus et non désirés d'une personne via ses activités en ligne. Ceci peut se traduire par une traque en personne.

Menaces et intimidations. Menaces de viol, menaces de mort ou toute autre menace de maltraitance envers les ami-e-s ou les proches de la personne ciblée.

Harcèlement en ligne. Messages directs ou publications délibérément incendiaires, fourbes, digressifs, extrinsèques ou hors sujet concernant un individu sur un forum public.

Voyeurisme. Observer ou enregistrer furtivement une personne dans une situation qui relève raisonnablement de la sphère privée.

Source: «A Digital Resilience Toolkit for Women In Politics» de Kristina Wilfore #ShePersisted

**EXERCICE: reliez la définition à son concept**

(Séminaire, diapositive 6)

**EXERCICE: quels droits numériques sont violés par les actes de violence de genre facilitée par les technologies?**

(Séminaire, diapositive 7)

Droits numériques. Les droits humains appliqués à nos vies en ligne.

Justice numérique. Promouvoir et protéger les individus et les groupes de personnes contre toute violation des droits humains sur et à l'aide d'Internet.

COMPRENDRE LE PAYSAGE MÉDIATIQUE ACTUEL

Pour mieux comprendre ce qui se passe dans notre environnement virtuel, nous devons nous intéresser au paysage de l'information d'aujourd'hui, tant en ligne que hors ligne.

ÉLÉMENTS CLÉS DES «INFORMATIONS»

- Le journalisme indépendant et d'intérêt public est un élément fondamental de toute société démocratique. Il informe et demande des comptes aux puissances publiques et privées et contribue à la transparence. Or, le journalisme indépendant a été décimé par la communication numérique à plus d'un titre.
 - Les recettes publicitaires ont largement été redirigées vers Google et Facebook.
 - Le grand public considère qu'il n'est plus nécessaire de payer un abonnement lorsqu'il a accès à de l'«information» gratuitement.
 - La demande d'information et d'actualité 24h/24 et 7 jours sur 7 accroît la pression et les coûts endurés par les agences de presse et la concurrence sur les médias sociaux. Pour dégager le plus de recettes possible de la publicité et des abonnements, il faut bien souvent partager les contenus les plus extrêmes, divertissants ou angoissants.
- La propriété des médias est de plus en plus concentrée. Ce phénomène est visible dans le monde entier, avec une poignée de grandes entreprises médiatiques qui détiennent de plus en plus d'enseignes tant à l'échelle locale qu'à l'international. À titre d'exemple, en 1984, on comptait 50 entreprises médiatiques indépendantes qui détenaient la majorité des intérêts médiatiques aux États-Unis. En 2021, 90 pour cent des médias américains étaient contrôlés par cinq conglomérats médiatiques.



POSEZ LA QUESTION: Pourquoi est-ce important de savoir «qui possède l'information»?

POSEZ LA QUESTION: Comment pouvons-nous nous assurer d'être bien informé-e-s et d'identifier les sources fiables?

ÉLÉMENTS CLÉS DE LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE

- Lorsque quelque chose est gratuit, vous êtes le «prix» de ce service ou produit. Les technologies numériques ont rendu la communication plus accessible et abordable que jamais. Nous pouvons avoir accès à une somme importante d'informations «gratuites». Or, leur prix, c'est vous:
 - Cela peut paraître innocent: «Veuillez faire quelque chose avec cette information». «Donnez-nous un 'j'aime'». «Partagez-moi».
 - Cela peut être une tentative de vous vendre quelque chose.
 - Cela peut être une surveillance de ce que vous aimez et partagez, des appareils et programmes que vous utilisez, de votre localisation et d'autres coordonnées personnelles, et l'utilisation des données que vous fournissez gratuitement pour les vendre à d'autres et personnaliser la publicité. C'est ainsi que Google et Meta en particulier ont réorienté à leur profit des milliards de dollars de recettes publicitaires venant de grandes agences de presse.

- La collecte de vos données pour personnaliser les publications et les publicités sur les médias sociaux a pour autre conséquence que vous vous trouvez confronté-e-s à du contenu de plus en plus uniforme, tant pour l'information que pour les offres, ce qui ne fait que gonfler la «bulle» de l'information autour de vous.

La transformation numérique a également mené à un bouleversement économique qui voit les entreprises responsables des plateformes et appareils que nous utilisons au quotidien supplanter la plupart des pays et rendre des comptes principalement à des actionnaires.

La plupart de ces géants des technologies (les «Big Tech») se trouvent aux États-Unis et en Chine. Aux États-Unis, la plupart se concentrent sur un petit territoire de la Californie: la Silicon Valley. En matière de genre, d'origine ethnique et de géographie, ces entreprises sont loin de défendre la diversité du secteur.

FAUSSES INFORMATIONS ET DÉSINFORMATION

Il y a toujours eu de la **désinformation** (propagande) et de **fausses informations** (des informations erronées que les personnes partagent en étant convaincues de leur véracité).

Il existe trois grands axes pour contrer les fausses nouvelles (ou «fake news»):

- L'éducation: instruire suffisamment les personnes pour qu'elles soient en mesure de les reconnaître.
- La communauté: les personnes sont en contact avec d'autres personnes qui sont également instruites et recherchent des informations avérées.
- La confiance: ensemble, les membres de la communauté reconnaissent les sources qui leur inspirent confiance et ont un impact.



EXERCICE: effectuez une recherche en ligne pour savoir qui détient les médias dans votre pays. Cherchez des données globales, comme sur le *Media Ownership Monitor* (<https://www.mom-gmr.org/>).

DROITS À LA COMMUNICATION

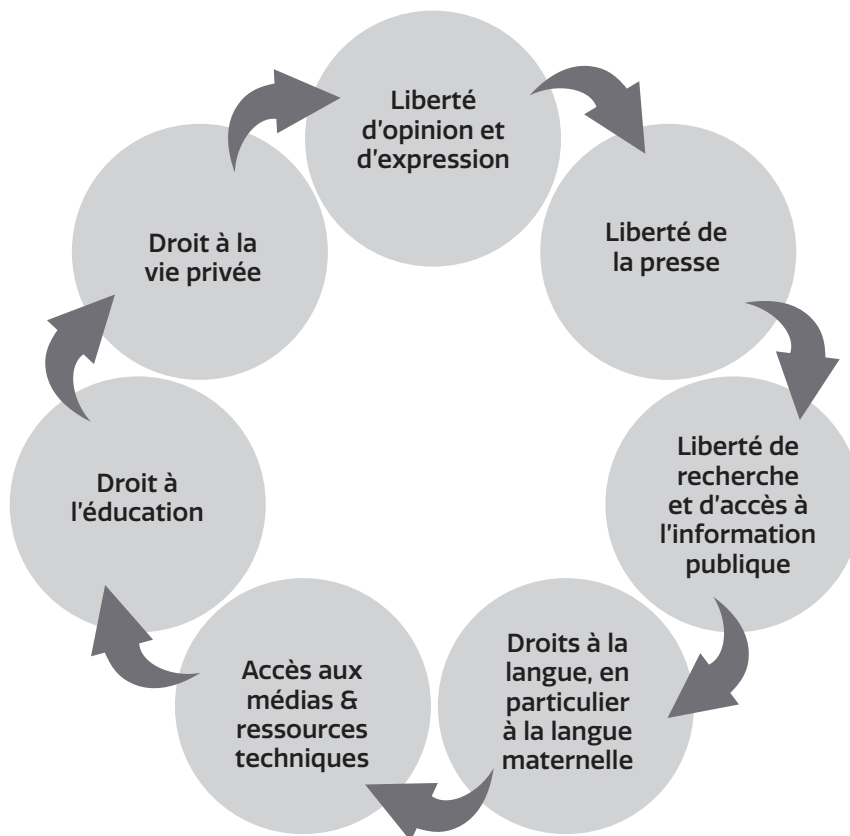
La communication est au cœur de la bonne gouvernance, dont les principales caractéristiques sont la transparence, la responsabilité, la reddition de comptes, la participation et la prise en compte des besoins des individus. Il n'existe pas de réponse unique qui puisse apaiser toutes les inquiétudes sur notre écosystème d'informations en ligne et hors ligne. Le fait de garantir les droits à tous les aspects de la communication permet à tout un chacun de s'assurer du respect d'autres droits humains.



EXERCICE: voici certains droits liés à la communication. Selon vous, lesquels ne sont pas pleinement respectés dans votre pays?

(Paysage médiatique, diapositive 12)

Pour de plus amples informations sur les droits à la communication et comment les défendre, rendez-vous sur le site internet de la WACC, www.waccglobal.org.



POURQUOI S'EN SOUCIER: ENGAGEMENTS POLITIQUES

La violence faite aux femmes n'est pas inévitable. De fait, nous disposons d'un nombre inédit de faits probants sur la manière de la prévenir et de l'éradiquer. Les États doivent agir en adoptant une approche exhaustive à la fois documentée et supervisée par les données et qui peut s'adapter aux contextes en rapide évolution. Les politiques et programmes peuvent inclure une accélération de la réforme des cadres juridiques discriminatoires, mais aussi s'assurer que les services essentiels sont accessibles et mis à la disposition des personnes survivantes, et que tout est fait pour traîner les auteurs devant les tribunaux.

—Sima Sami Bahous, directrice exécutive d'ONU Femmes.

ENGAGEMENTS POLITIQUES CLÉS

Vous trouverez ci-après les engagements pris par la quasi-totalité des gouvernements de la planète.

Déclaration et programme d'action de Beijing (1995)

Objectif stratégique J.1

«Permettre aux femmes de mieux s'exprimer et de mieux participer à la prise des décisions dans le cadre et par l'intermédiaire des médias et des nouvelles techniques de communication» (soulignement ajouté).

Déclaration universelle des droits de l'homme (1948), article 19

«Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considération de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit» (soulignement ajouté).

Commission de la condition de la femme, Rapport sur les travaux de la soixante-septième session (25 mars 2022 et 6–17 mars 2023)

Résumé, 3

«À sa soixante-septième session, conformément à la résolution 2020/15 du Conseil économique et social, la Commission de la condition de la femme... a adopté des conclusions concertées sur le thème prioritaire, dans lesquelles elle a réaffirmé les engagements existants, défini les domaines et les questions qui devaient être traitées... et une série de mesures que devaient prendre les gouvernements et d'autres parties prenantes pour:

...

(h) Prévenir et éliminer toutes les formes de violence, dont la violence fondée sur le genre qui se manifeste et est amplifiée par l'utilisation des technologies».

Conclusions approuvées de la 67^e session de la Commission de la condition de la femme:

[E/CN.6/2023/L.3](#) (para. 86 kkk–vvv, 28–29)

Rapport: [E/2023/27-E/CN.6/2023/14](#)



L'exercice du droit à la liberté d'expression dans des conditions d'égalité est encore loin d'être une réalité et les groupes traditionnellement désavantagés, tels que les femmes, les minorités, les réfugiés, les peuples autochtones et les minorités sexuelles, continuent de lutter pour faire entendre leurs voix et avoir accès à des informations qui les concernent.



—Rapporteur spécial des Nations Unies, *Les 10 principaux obstacles à la liberté d'expression à surmonter au cours de la prochaine décennie (2010)*.



EXERCICE: quelles politiques contre la violence de genre facilitée par les technologies existent dans votre pays? Ajoutez-les à notre cartographie politique: <https://padlet.com/smacharia2/tfgbv-policies-and-legislation-edvbi7lf50dy9rf3>
(Séminaire, diapositive 11)



POLITIQUES CONCERNANT LES RÉSEAUX SOCIAUX

Sur les réseaux sociaux, sensibiliser les individus et les communautés aux politiques pertinentes et aux normes communautaires permet de franchir un pas de plus vers la justice numérique.

X/Twitter

Politique en matière de conduite haineuse:

«Il est interdit d'attaquer directement d'autres personnes en vous fondant sur la race, l'origine ethnique, l'origine nationale, la caste, l'orientation sexuelle, le sexe, l'identité sexuelle, l'appartenance religieuse, l'âge, un handicap ou toute maladie grave».

Conséquences possibles: placer le post plus bas dans les réponses; rendre le contenu moins visible; exclure les posts et/ou les comptes dans les e-mails ou les recommandations intégrées au produit; exiger la suppression des posts; suspendre les comptes qui enfreignent la politique en matière de profils haineux.

Meta

Meta a plusieurs politiques de sécurité pertinentes:

- Se protéger en ligne.
- Intimidation et harcèlement (sextorsion, abus d'images intimes).
- Politique en matière de discours haineux (y compris les attaques directes Supprimer se fondant sur des caractéristiques protégées, les discours violents et déshumanisants, les stéréotypes nocifs, les insultes).

Malgré tout, les femmes victimes d'abus sur ces plateformes ont indiqué que les mécanismes de dénonciation ne leur ont été d'aucune utilité.



EXERCICE: informez-vous sur les normes communautaires des réseaux sociaux que vous utilisez qui concernent la violence de genre facilitée par les technologies.

POURQUOI S'EN SOUCIER: IMPACT DE LA VIOLENCE DE GENRE FACILITÉE PAR LES TECHNOLOGIES

Les effets de la violence numérique peuvent être aussi nuisibles que la violence hors ligne, avec des effets nocifs pour la santé et le bien-être des femmes et des filles, mais aussi de graves conséquences économiques, sociales et politiques. La violence numérique peut avoir pour effet de restreindre la participation des femmes en ligne et donc de creuser la fracture numérique entre les sexes et de museler la voix des femmes. Ceci est des plus inquiétants puisqu'il est estimé que la majorité des 2,9 milliards de personnes non connectées à Internet sont des femmes et des filles.

—ONU Femmes, FAQ: Harcèlement en ligne, traque obsessionnelle, divulgation de données à caractère personnel et autres formes de violence à l'égard des femmes à l'ère du numérique

La violence de genre facilitée par les technologies a des conséquences:

- Des conséquences politiques néfastes avec une érosion de la démocratie.
- Des conséquences sociales néfastes qui réduisent les femmes au silence ou les poussent à se retirer de la sphère publique.
- Des conséquences psychologiques néfastes qui mènent à la dépression, à l'automutilation, au suicide.
- Des conséquences économiques néfastes qui pèsent sur la vie professionnelle et le travail.

Qui est le plus à risque?

- Les jeunes femmes et les filles, du fait de leur utilisation plus élevée des technologies de l'information et de la communication (TIC).
- Les femmes connues du grand public: les militantes pour les droits humains, les journalistes, les politiciennes.
- Les femmes des secteurs marginalisés de la société: celles vivant avec un handicap, les minorités raciales, les femmes autochtones, les femmes de minorités de genre et sexuelles, les femmes migrantes.

LES FAITS PROBANTS

L'absence de définitions et de méthodes de mesure convenues, à laquelle s'ajoute une tendance généralisée à la non-dénonciation, fait qu'il est difficile de comprendre l'ampleur réelle du problème à l'échelle internationale et d'identifier d'éventuelles variations régionales.

—ONU Femmes, «Accelerating Efforts to Tackle Online and Technology Facilitated Violence against Women and Girls» (Accélérer les efforts de lutte contre les violences faites aux femmes et aux filles en ligne et facilitées par les technologies)

Jusqu'à ce jour, les violences faites aux femmes et aux filles facilitées par les technologies n'ont pas encore été totalement conceptualisées, définies ni légiférées.

De nombreux pays doivent encore ajouter les questions liées aux violences faites aux femmes et aux filles en ligne et facilitées par les technologies dans leurs enquêtes de prévalence des violences faites aux femmes, et ceux qui le font utilisent des définitions et des méthodologies divergentes, ce qui empêche toute comparaison des données disponibles et explique les écarts conséquents dans les taux de prévalence estimés. Un rapport mondial ayant synthétisé les résultats d'enquêtes sur les violences faites aux femmes et aux filles en ligne depuis 2018 a révélé une prévalence oscillant entre

16% et 58% en fonction de la question posée et des caractéristiques démographiques des personnes interrogées telles que l'âge ou le genre.

—ONU Femmes, «Accelerating Efforts to Tackle Online and Technology Facilitated Violence against Women and Girls» (Accélérer les efforts de lutte contre les violences faites aux femmes et aux filles en ligne et facilitées par les technologies)

Selon l'Institute of Development Studies, entre 16 et 58 pour cent des femmes ont été victimes de violence de genre facilitée par les technologies. L'Economist Intelligence Unit a constaté que 38 pour cent des femmes ont déjà subi une forme de violence en ligne, et 85 pour cent des utilisatrices d'Internet ont été témoins de violences numériques à l'égard d'autres femmes.

L'étude de l'Economist Intelligence Unit de 2020 a révélé que les formes de violence les plus courantes sont la désinformation et la diffamation (67 pour cent), le harcèlement en ligne (66 pour cent), les propos haineux (65 pour cent), l'usurpation d'identité (63 pour cent), le piratage et la traque obsessionnelle (63 pour cent), l'«astroturfing» (efforts coordonnés destinés à partager simultanément un contenu préjudiciable sur plusieurs plateformes, 58 pour cent), le détournement d'images et de vidéos (57 pour cent), la divulgation de données à caractère personnel (55 pour cent), les menaces violentes (52 pour cent) et l'envoi d'images non désirées ou de contenu sexuellement explicite (43 pour cent).

FAITS PROBANTS: MONÉTISER LA MISOGYNIE

Une étude menée dans le cadre de la campagne #ShePersisted donne des informations concrètes sur la désinformation sur le genre et les abus en ligne à l'égard des femmes en politique. Pour un résumé de la présentation de Lucina De Meo, cofondatrice, veuillez cliquer sur: <https://www.oikoumene.org/news/what-is-gender-based-online-disinformation-and-what-can-we-do-about-it>.

Recherche et étude de cas: https://she-persisted.org/wp-content/uploads/2023/02/ShePersisted_MonetizingMisogyny.pdf.



EXERCICE: comparez la présentation des données et lancez une réflexion sur les conclusions en utilisant les diapositives 22–26, Séminaire.



EXERCICE SUR LA CYBERSÉCURITÉ: êtes-vous en sécurité en ligne?

Cette liste a été dressée après avoir consulté diverses ressources publiques sur le thème de la sécurité en ligne.

Demandez à toutes les personnes participantes de se lever et de tendre les doigts, puis lisez les énoncés ci-dessous. Pour chaque mesure qu'elles n'appliquent pas, les personnes participantes doivent replier un doigt. Lorsque tous leurs doigts sont repliés, elles doivent s'asseoir. Plus une personne a de doigts pliés à la fin de l'exercice, plus elle est vulnérable aux virus, arnaques, vols d'identité et autres formes d'attaques en ligne. Les personnes assises ou qui ont des doigts baissés doivent immédiatement remédier aux vulnérabilités identifiées.

Énoncés:

1. J'ai installé un antivirus et je le maintiens à jour.
2. J'utilise différentes adresses e-mail pour différents types de comptes.
3. J'ai un VPN (réseau privé virtuel) et je l'utilise.
4. J'utilise une authentification multifactorielle.
5. J'utilise des mots de passe robustes et imprévisibles pour l'ensemble de mes comptes.
6. J'utilise un gestionnaire de mots de passe.
7. Je change fréquemment de mots de passe.
8. J'évite d'utiliser les Wi-Fi publics lorsque je dois communiquer des informations sensibles, telles que mes coordonnées bancaires.
9. Je ne clique jamais sur des liens hasardeux.
10. Je n'ouvre pas les e-mails venant d'expéditeurs que je ne reconnais pas.
11. Je supprime régulièrement les cookies et l'historique de navigation de mes navigateurs.
12. J'éteins ou je me déconnecte de mes appareils lorsque je ne les utilise pas.
13. Je vérifie toujours les URL avant de cliquer dessus.
14. Je tape régulièrement mon nom dans le moteur de recherche Google.
15. Mes comptes sont définis comme privés.

SURVEILLER LA MISOGYNIE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Le sexisme est l'expression d'une hypothèse biologique reposant sur la supériorité masculine et l'infériorité féminine. En substance, le sexisme est une discrimination fondée sur des hypothèses au sujet du sexe biologique qui portent à croire que les hommes sont supérieurs aux femmes. L'on pourrait dire que la misogynie est une expression plus ancrée et violente du sexisme. Les deux sont un phénomène indissociable et une condition sine qua non du patriarcat.

—Heather Savigny, «Sexism and Misogyny», dans *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication* (2020)

Kate Manne, philosophe de l'Université de Cornell aux États-Unis, définit la misogynie comme une «tentative de contrôler et de punir les femmes qui défient la domination masculine».

Michael Flood, sociologue de l'Université de Wollongong, définit la misogynie comme une «haine des femmes». Il constate que «bien que plus courante chez les hommes, la misogynie existe également chez les femmes, qui l'expriment contre d'autres femmes, voire contre elles-mêmes. La misogynie fonctionne comme une idéologie ou un système de croyances qui a accompagné le patriarcat, ou les sociétés dominées par les hommes, pendant des milliers d'années et qui continue de cantonner les femmes à des fonctions subalternes avec un accès limité au pouvoir et à la prise de décision» (source: «Misogyny» sur Wikipédia).

POURQUOI SURVEILLER LES MÉDIAS SOCIAUX?

La méthode de surveillance des médias sociaux proposée ici est une adaptation du Global Media Monitoring Project (GMMP) en activité depuis plus de 25 ans. La surveillance des médias sociaux peut être utilisée pour broser un portrait plus complet de la misogynie sur les plateformes en ligne, améliorer les méthodes basées sur les machines actuellement utilisées pour identifier les contenus violents, et plaider pour un changement de politique.

Il est vrai que l'intelligence artificielle (IA) peut passer au crible de grands volumes de données, mais elle est entraînée à détecter des mots-clés spécifiques. La violence de genre facilitée par les technologies ne se manifeste pas uniquement sous la forme d'un abus sexiste évident, comme une menace de viol. Les *microagressions* sous la forme d'un contenu succinct, dévalorisant et incessant sont également néfastes.

Le processus est certes plus long, mais la surveillance manuelle des médias sociaux permet d'identifier les microagressions qui échappent au radar de la surveillance assistée par l'IA. Les données collectées par les personnes chargées de la surveillance des médias sociaux peuvent être utilisées pour améliorer l'apprentissage automatique et entraîner l'IA à reconnaître les contenus misogynes qui échappent aux algorithmes actuels.

Plus les personnes s'impliquent dans la surveillance des médias sociaux et envoient leurs résultats à notre base de données mondiale, plus les éléments de preuve seront pertinents et plus nos activités de plaidoyer collectif seront percutantes auprès des plateformes de médias sociaux et des décideurs.



EXERCICE: reconnaître la misogynie
Les affirmations suivantes sont-elles sexistes, misogynes, ou les deux?

1. *Les femmes sont des conductrices imprudentes.*
 - A. Sexiste.
 - B. Misogyne.
 - C. Sexiste et misogyne.
2. *C'est une vieille sorcière malfaisante.*
 - A. Sexiste.
 - B. Misogyne.
 - C. Sexiste et misogyne.
3. *Les commentatrices sportives devraient s'en tenir au sport féminin.*
 - A. Sexiste.
 - B. Misogyne.
 - C. Sexiste et misogyne.

Indice: Une affirmation est réputée sexiste lorsqu'elle se fonde sur des hypothèses au sujet du sexe biologique et qu'elle assimile le comportement d'une personne à son sexe. Une affirmation est réputée misogyne lorsqu'elle incite à la haine contre une personne pour le simple fait d'être une femme.

MÉTHODOLOGIE

La surveillance implique:

- Une dimension **quantitative** (compter, faire des statistiques).
- Une analyse **qualitative** (étude détaillée visant à expliquer et illustrer les données statistiques).

RÈGLES D'OR DE LA SURVEILLANCE DES MÉDIAS

Règle n°1. Soyez précis-e.

- D'infimes erreurs peuvent entacher la crédibilité de toute l'opération.

Règle n°2. Complétez le formulaire dans son intégralité.

- Faites de votre mieux. Procédez à une nouvelle vérification.
- Pour la plupart des questions, une option «Incertain» est proposée. Ce n'est pas une réponse souhaitable, mais c'est mieux que rien.

Règle n°3. Appuyez-vous **UNIQUEMENT** sur l'énoncé, sans tenir compte de ce que vous savez d'autre.

- Veuillez toujours vous référer au guide méthodologique de la surveillance.

Règle n°4. Revenez aux fondamentaux. En cas de doute, consultez le guide.

- Si votre réponse n'y figure pas, pensez à l'objectif global: «proposer une analyse objective de la misogynie, des discours de haine sexistes, du harcèlement sexuel et d'autres formes de violence de genre sur les réseaux sociaux».
- Basez-vous sur cet objectif pour répondre.

Règle n°5: Lorsque c'est clair, c'est clair.

- Si la réponse n'est pas claire dès le début et que vous nourrissez de sérieux doutes optez toujours pour le principe de précaution.

INSTRUCTIONS POUR LA SURVEILLANCE DES MÉDIAS SOCIAUX ET FICHES DE CODAGE¹

ÉCHANTILLONNAGE

1. Sélection de l'échantillon

Les femmes et les filles visées par des propos haineux sexistes ou par d'autres formes de violence de genre sur les médias sociaux sont le plus souvent des personnalités politiques, des journalistes, des créatrices de contenu, des militantes de la société civile ou des défenseuses des droits de la personne. La surveillance des médias permet de mieux comprendre l'ampleur du problème, tout en sensibilisant les personnes qui participent au processus de dépouillement ou de collecte des données.

(i) Dressez une liste de femmes en vue dans votre pays: femmes politiques, journalistes ou activistes. Le tableau 8 propose une ventilation de ces catégories professionnelles et donne des indications sur les personnalités à prendre en considération.

(ii) Commencez par la première femme de la liste.

Sur X, servez-vous de la fonction de recherche pour trouver des publications qui parlent de cette femme. Ensuite, cliquez sur l'option Recherche avancée, située sous les filtres de recherche, dans la partie supérieure droite de la page de résultats, ou cliquez sur Plus d'options, puis sur Recherche avancée. Remplissez les champs ci-dessous: Réponses (off); Engagement/«j'aime» minimums 5; Dates - Du <7 jours avant> au <aujourd'hui>.

Sur Instagram, servez-vous d'un moteur de recherche Internet (Google, etc.) pour chercher les hashtags associés à cette femme. Saisissez le hashtag dans la barre de recherche d'Instagram. La recherche va produire des variantes. Descendez dans la liste pour trouver le hashtag le plus actif, indiqué par le nombre de publications. Sélectionnez le hashtag qui compte le plus de publications et cliquez dessus pour accéder au contenu. Faites passer le curseur sur chaque publication, en commençant par la plus récente, pour connaître leurs nombres de «j'aime» et de commentaires respectifs. Sélectionnez les publications qui ont au moins 50 commentaires.

Sur TikTok, saisissez le nom de la femme dans la barre de recherche. Sélectionnez les publications les plus populaires et laissez de côté les comptes, les vidéos et autres résultats proposés.

(iii) Si la publication sélectionnée pour l'échantillon provient du compte de la femme en question, codez cinq réponses, en sélectionnant une réponse sur trois jusqu'à ce que vous en ayez codé cinq.

2. Combien de publications faut-il coder, et que faut-il coder?

Codez **une publication sur cinq** en commençant par celle apparaissant en haut de la liste de résultats. Il peut arriver que la publication soit sans rapport avec la femme en question. Il peut s'agir d'une simple liste de hashtags ou d'émojis/émoticônes avec très peu de contenu. Passez alors à la publication suivante, et codez-la si elle répond aux critères. Continuez jusqu'à ce que vous ayez codé 20 publications.

¹ Adapté de la méthodologie du Global Media Monitoring Project (GMMP).

Une partie de la publication peut être masquée. Cliquez sur les détails pour la voir en entier. **Ne codez rien** au sujet des liens qui vous font quitter la page.

Il ne faut pas coder:

Les commentaires d'abonné-es ou autres apparaissant sous la publication, **sauf** s'ils proviennent de la femme qui fait l'objet du codage (voir le point 1.iii ci-dessus).

Parfois, les stories conduisent à du contenu externe, une vidéo YouTube par exemple. Ne codez pas ce contenu.

Remarque: si vous ne savez pas s'il faut coder quelque chose ou non, codez-le, et joignez une note à la fiche de codage pour expliquer la raison de votre hésitation.

3. Conditions pratiques

Travaillez en binôme, si possible, pour limiter les erreurs de codage.

Notez clairement toutes les informations sur les fiches.

Relisez chaque fiche remplie pour vérifier qu'il n'y a pas d'erreurs ou d'omissions.

Gardez des copies des fiches, éventuellement au format électronique.

Codez cette information **une seule fois** pour chaque publication, sur la première ligne de codage. Sautez une ligne pour commencer à coder la publication suivante.

1. Propriétaire du compte:

Vous devrez peut-être cliquer sur le lien pour identifier la personne ou l'entité à l'origine de la publication.

CODE	PROPRIÉTAIRE
0	Sujet du codage (compte personnel)
1	Une femme
2	Un homme
3	Une personne (genre non précisé)
4	Un organe de presse
5	Autre groupe ou organisation
6	Autre

2. Compte - Nombre d'abonné-es:

Sélectionnez la catégorie appropriée.

CODE	NOMBRE D'ABONNÉ-ES
0	0
1	De 1 à 100
2	De 101 à 500
3	De 501 à 1000
4	De 1 001 à 5 000
5	De 5 001 à 10 000
6	10 001 et plus

3. Nombre de «j'aime»:

Sélectionnez la catégorie appropriée.

CODE	NOMBRE DE « J'AIME »
1	De 5 à 50
2	De 51 à 100
3	De 101 à 500
4	501 et plus

4. Nombre de partages:

Sélectionnez la catégorie appropriée.

CODE	NOMBRE DE PARTAGES
0	0
1	De 1 à 50
2	De 51 à 100
3	De 101 à 500
4	501 et plus

5. La publication contient-elle des propos haineux sexistes?

Les propos haineux sexistes se caractérisent par des attaques personnalisées, intrusives et souvent sexualisées visant à dominer, contrôler ou faire taire les femmes. Cela va du mépris à l'hostilité, en passant par les menaces, l'exploitation et le harcèlement sexuel à l'encontre des filles et des femmes.

CODE	
0	Propos haineux non sexistes
1	Propos haineux clairement sexistes
2	Incertain

Si vous avez noté «1» pour cette question, passez à la question 6. Si vous avez noté «0» ou «2», passez à la question 8.

6. Catégorie des propos haineux:

Choisissez la catégorie qui décrit le mieux la publication. Si elle rentre dans plusieurs catégories, sélectionnez le code le plus pertinent.

CODE	OBJET
1	Harcèlement sexuel et menaces de violence
2	Stéréotypes, objectivation, dénigrement de l'apparence (Elle est moche)
3	Domination (allusion explicite ou implicite à la supériorité des hommes sur les femmes. Ex. Pourvu qu'on n'ait jamais de femme présidente)
4	Discrédit (Dénigrement des femmes en général. Ex. Je n'ai encore jamais rencontré de fille sympa)
5	Dérapage (Essaie de justifier l'agression d'une femme. Ex. Elle n'avait qu'à pas s'habiller comme ça)

7. Les propos haineux visent-ils aussi un groupe de femmes (ou toutes les femmes)?

CODE	OBJET
1	Non, ils visent une seule femme
2	Oui, ils s'étendent aussi à un groupe de femmes (ou à toutes les femmes)

8. Profession:

Coder celle de la fille ou femme dont parle la publication.

CODE	PROFESSION
1	Femme politique/parlementaire, présidente, ministre d'État, responsable politique, membre d'un parti politique
2	Professionnelle des médias, journaliste, vidéaste ou cinéaste, metteuse en scène, influenceuse, youtubeuse, instagrammeuse...
3	Activiste ou employée d'une organisation de la société civile, d'une ONG, d'un syndicat, d'une association de défense des droits de la personne, de consommation, de protection de l'environnement, d'un organisme d'entraide, d'un mouvement paysan...

9. Âge:

de la femme dont parle la publication.

CODE	ÂGE
1	18 ans et moins
2	De 19 à 34 ans
3	De 35 à 49 ans
4	De 50 à 64 ans
5	De 65 à 79 ans
6	80 ans et plus

10. La publication dit-elle clairement ou implicitement que la personne concernée fait partie d'une minorité sexuelle dans ce contexte?

CODE	
0	Non
1	Oui

11. La publication dit-elle clairement ou implicitement que la personne concernée fait partie d'un groupe ethnique ou racial minoritaire dans ce contexte?

CODE	
0	Non
1	Oui

12. La publication dit-elle clairement ou implicitement que la personne concernée fait partie d'un autre groupe minoritaire dans ce contexte?

CODE	
0	Non
1	Oui

13. Notez le premier hashtag utilisé.

Mettez un tiret (-) s'il n'y en a pas.

14. Notez le deuxième hashtag utilisé.

Mettez un tiret (-) s'il n'y en a pas.

Les hashtags suivants sont à noter dans la partie Commentaires.

15. La publication mérite-t-elle une analyse complémentaire?

CODE	
0	Non
1	Oui

16. Notez dans cette cellule le pseudo de la publication (@____), les hashtags à partir du troisième, les insultes en entier ou abrégées, les termes sexistes le cas échéant, et toute autre observation pertinente.

GRILLE DE CODAGE. SURVEILLANCE DES PROPOS HAINIEUX SEXISTES SUR LES MÉDIAS SOCIAUX (X, Instagram, TikTok)

										Propriétaire du compte
										Statut de la publication
										Analyse
										Cible
										Autre
										Informations générales
1.										1 Identité propriétaire
2.										2 Nombre d'abonné-es
3.										3 Nombre de « j'aime »
4.										4 Nombre de partages
5.										5 Propos haineux sexistes ou non ?
6.										6 Catégorie des propos haineux sexistes
7.										7 Les propos haineux sexistes visent-ils également un groupe de femmes, ou toutes les femmes ?
8.										8 Profession
9.										9 Âge
10.										10 Membre d'une minorité sexuelle
11.										11 Membre d'une minorité raciale ou ethnique
12.										12 Membre d'une autre minorité (Ex. : personne handicapée)
13.										13 Hashtag 1
14.										14 Hashtag 2
15.										15 Analyse complémentaire justifiée ?
16.										Code surveillant-e _____ Code pays _____ Dates publications : du _____ au _____ Commentaires et explications 16. Pseudo, autres hashtags, jurons, insultes et observations @

MISE EN PRATIQUE

Utilisez les critères d'échantillonnage pour identifier au moins trois publications pertinentes sur les médias sociaux. Utilisez la fiche de codage et travaillez en groupe de deux, voire plus, en suivant les instructions pour analyser chaque publication.

PRÉSENTEZ VOS RÉSULTATS AU RESTE DU GROUPE.

- Partagez la publication originale.
- Partagez vos réponses pour chaque indicateur.
- Discutez des éventuelles divergences d'opinions sur les réponses proposées par votre groupe.

UTILISEZ LES RÉSULTATS DE LA SURVEILLANCE

Si un groupe est formé et entame un exercice de surveillance des médias sociaux selon les instructions données, les fiches de codage remplies peuvent être envoyées pour analyse à l'adresse gmmp@waccglobal.org, avec pour objet: «Monitoring Misogyny on Social Media» (Surveiller la misogynie sur les médias sociaux).

Plus votre échantillon sera étoffé, plus il sera facile d'identifier des tendances et de tirer des conclusions fiables.

Partagez vos conclusions avec d'autres groupes pour les sensibiliser.

Présentez les résultats sous forme d'infographies ludiques. Vous pouvez consulter des exemples de rapports sur le site internet du Global Media Monitoring Project (GMMP): <https://whomakesthenews.org/>.

Les éléments identifiés grâce à votre surveillance peuvent jouer un rôle important dans vos actions et votre plaidoyer contre la violence de genre facilitée par les technologies.

Pour un plaidoyer efficace, complétez le modèle de Plan d'action et discutez-en avec votre groupe pour vous assurer que vos objectifs et étapes sont clairement identifiés et atteignables. Mettez-vous en relation avec vos contacts clés et dotez-vous d'une stratégie de communication efficace.

PARTAGEZ VOS EFFORTS

MODÈLE: MON PLAN D'ACTION

Nom du projet/nom de l'objectif

Objectif SMART

[Précisez l'objectif et les résultats attendus. Adoptez une réflexion SMART (acronyme anglais) – spécifique, mesurable, acceptable, réaliste, temporellement défini.]

Principales parties prenantes

[Dressez la liste des personnes et des groupes impliqué-e-s ou touché-e-s par le projet.]

Calendrier

[Indiquez les dates de début et de fin du projet.]

Points d'action

1. De manière générale, que faut-il faire pour atteindre vos objectifs? Quelle est la portée de votre action?

2. Évaluez les intérêts, les attentes et l'influence de chaque partie prenante.

3. Étapes vers l'objectif

- Quelles sont les grandes étapes pour atteindre votre objectif?
- Quelles tâches sont à réaliser à chaque étape?
- Quelle est la date butoir de chaque étape?

4. Ressources (humaines, financières et techniques): quels sont les besoins et quelles en seront les sources?

5. Quels sont les risques et les enjeux? Comment y remédier?

6. Comment la communication (interne et externe) accompagnera-t-elle vos actions?
(Consultez l'Annexe 1 relative aux étapes de création d'un plan de communication stratégique).

ANNEXE 1: ÉTAPES REQUISES POUR CRÉER UN PLAN DE COMMUNICATION STRATÉGIQUE

ÉTAPE N°1: ANALYSE

Où en sommes-nous?

Où voulons-nous aller?

Quelle est la situation actuelle et quels en sont les enjeux?

Quels sont nos objectifs et quel est notre but ultime?

ÉTAPE N°2: STRATÉGIE

Identifier les groupes cibles: à qui nous adressons-nous?

Quels sont nos messages clés?

Quels canaux atteindront nos groupes cibles?

Quelles ressources sont nécessaires? Comment les obtenir?

ÉTAPE N°3: MISE EN ŒUVRE

Par ordre chronologique, que faut-il faire, à qui, comment, quand et où?

Qui fait quoi?

Qui coordonne la communication et comment?

ÉTAPE N°4: SUIVI

Notre stratégie de communication a-t-elle fonctionné?

Nos efforts ont-ils atteint nos objectifs?

Nos canaux de communication ont-ils fonctionné comme escompté?

Avons-nous atteint nos groupes cibles?

Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné?

Comment mesurer les résultats?

Quels enseignements tirer?

Adaptez les futurs efforts de communication en fonction de cette évaluation.

ANNEXE 2: CODE DE CONDUITE LORS DE RÉUNIONS



150 route de Ferney, PO Box 2100
CH-1211 Genève 2, Suisse
Téléphone: +41 22 791 6111 Fax: +41 22 791 0361
Email: codeofconduct@wcc-coe.org www.oikoumene.org

Code de conduite pour les réunions et les événements du COE

(Approbation du Comité exécutif du COE en mai 2022)

Contexte

Les réunions et les événements du COE se doivent d'être des espaces à la fois sécurisés et sacrés qui favorisent le bien-être spirituel, mental, physique et émotionnel de l'ensemble des participant-e-s. Le code de conduite du COE est un engagement à y parvenir en prévenant toute forme de mauvais comportement, y compris la corruption, l'exploitation, la fraude, le harcèlement, la maltraitance mentale et les abus sexuels, en assurant la sécurité tant des adultes que des personnes mineures.

Inspiré du document politique du COE intitulé *Quand la solidarité chrétienne est rompue (2006)*, le code de conduite du COE revêt la forme d'un pacte conclu par l'ensemble des participant-e-s aux réunions et événements du COE à se traiter mutuellement avec respect et dignité. Il aborde les risques de harcèlement et de maltraitance pouvant survenir lors de rassemblements publics d'envergure. Le code de conduite du COE est ancré dans les principes de responsabilité et les enseignements chrétiens. Il insiste sur la responsabilité juridique qui incombe à chaque participant-e au titre de la loi du pays hôte.

Le code de conduite du COE se fonde sur les directives et principes existants du COE, à savoir la Politique de lutte contre la fraude et la corruption du COE, la Politique de protection de l'enfance, la Politique en matière de justice de genre, la Déclaration du Comité central du COE sur la prévention des abus et exploitations sexuels et le code de conduite du personnel du COE.

Le code de conduite du COE prévoit également un mécanisme de plainte en cas de violation de ses principes assorti de mesures juridiques, le cas échéant. Les plaintes sont déposées de bonne foi et selon des préoccupations communes.

Toute participation à une réunion ou à un événement du COE présuppose l'accord et le respect du présent code de conduite. Le code de conduite s'applique en tout temps et en tout lieu lors des réunions et des événements du COE, notamment, mais sans s'y limiter, sur le lieu de la manifestation, dans la ville hôte et sur les lieux d'excursion.

Responsabilités et enseignements chrétiens

Les chrétiens affirment la dignité fondamentale de tous les êtres humains, créés à l'image de Dieu. Le climat accueillant et hospitalier qui règne dans les rassemblements œcuméniques encourage chacun de nous à participer pleinement sur un pied d'égalité. Le COE s'efforce donc de susciter une communauté fondée sur la solidarité et sur le souci de l'autre, qui dénonce toutes les formes de violences et de harcèlement. Le COE tient à conscientiser les personnes en matière de harcèlement sexuel, pour éviter que de tels cas se produisent et pour offrir à tous les participants un espace sûr, où on n'ait pas à craindre l'intimidation. Lorsque le péché humain brise les liens de confiance existant au sein de la communauté, les chrétiens sont appelés à être présents les uns pour les autres, et plus

particulièrement pour ceux qui luttent pour leur sécurité, leur dignité et leurs droits. Dieu nous appelle à avoir entre nous des relations équitables, à témoigner de la sollicitude et du respect à chaque être humain.

(Quand la solidarité chrétienne est rompue, 2006)

En tant que participant-e à cette réunion ou à cet événement du COE, je m'engage à :

- Agir de manière cohérente avec les principes chrétiens qui sous-tendent les travaux et le témoignage du COE en traitant toute personne de manière juste et avec respect, courtoisie et dignité, car elle est à l'image de Dieu (*Genèse 1,26-27*).
- Reconnaître et affirmer la diversité du corps du Christ et interagir avec autrui selon les commandements et l'esprit des Écritures chrétiennes (*Galates 3,28*).
- Respecter les limites personnelles de chaque individu, tant verbalement que physiquement (*Romains 12,18*).
- Utiliser les ordinateurs et toute autre technologie de l'information à des fins appropriées. (*Matthieu 6, 22,23*)
- Garantir que mon comportement personnel et professionnel est des plus respectueux et n'entache d'aucune manière ma foi, mon Église ou le COE (*Colossiens 3,17*).

Engagement juridique

En tant que participant-e à cette réunion ou à cet événement du COE, je m'engage à :

- Observer la loi locale du pays dans lequel la réunion/l'événement se déroule.
- Respecter et promouvoir les droits fondamentaux de toute personne, sans discrimination et indépendamment de son affiliation politique, de son âge, de sa caste, de sa classe, de son déplacement, de son état civil, de son genre, de son identité autochtone, de son orientation sexuelle, de son origine ethnique, de sa race, de sa religion, de sa sexualité, de sa situation de handicap, ou de son statut socioéconomique.
- M'assurer de me comporter de manière à ce que personne ne se sente persécuté-e, vulnérable ou impuissant-e.
- M'abstenir de tout comportement qui soit considéré comme une infraction par le droit pénal ou puisse être interprété juridiquement comme un abus, une exploitation, un mauvais comportement ou du harcèlement sexuel. Ces comportements peuvent être:
 - Agression physique ou sexuelle, attentat à la pudeur, harcèlement ou communications obscènes.
 - Coercition, force, instigation ou sollicitation d'une activité sexuelle non consentie.
 - Comportement sexuellement suggestif, tel que des regards insistants ou lubriques, se frotter à quelqu'un, toucher, caresser, enlacer ou émettre des commentaires ou des blagues sexuellement suggestifs.
 - Donner de l'argent, un emploi, des biens ou des services contre du sexe, y compris des faveurs sexuelles ou toute forme de comportement humiliant, dégradant ou visant à l'exploitation.
- Déclarer tout conflit d'intérêts et à respecter les pratiques organisationnelles et commerciales éthiques et juridiquement acceptables.
- Respecter la Politique de protection de l'enfance du COE, à savoir ne pas exposer un enfant à un risque d'abus et ne pas s'adonner à une quelconque activité sexuelle impliquant un enfant (défini comme toute personne ayant moins de 18 ans). Le fait d'avoir une idée erronée de l'âge de l'enfant n'est pas un argument de défense recevable.
- M'abstenir de conduire un véhicule sous l'emprise d'alcool ou de toute autre substance.
- M'abstenir de consommer ou d'encourager autrui à consommer de l'alcool ou toute autre substance d'une manière qui entraverait ma/sa capacité à assumer mon/son rôle et entacherait la réputation du COE.
- Respecter l'espace du COE comme étant une zone exempte d'armes à feu et de stupéfiants.
- Signaler immédiatement toute information, toute préoccupation ou tout fort soupçon de violation du présent code de conduite via le mécanisme de plainte détaillé ci-après.

Mécanisme de plainte en vertu du code de conduite du COE

Toutes les plaintes seront traitées dans la plus grande discrétion, avec confidentialité et intégrité. Dans tous les cas, la loi locale sera observée.

Les plaintes seront présentées en personne ou par courrier électronique. Si la plainte est déposée en personne, elle doit être enregistrée et envoyée par courrier électronique pour examen par l'équipe chargée du respect du code de conduite. Cette équipe est composée de deux participant-e-s à la réunion/à l'événement, qui seront chargé-e-s de l'accompagnement pastoral et de la solidarité, d'un membre du personnel du COE qui fera office de personne-ressource et d'un membre du groupe de direction du personnel du COE. Leur rôle est de recevoir toute plainte, de l'étudier de concert en fonction des besoins et de proposer la marche à suivre. Les informations relatives à la plainte seront communiquées quotidiennement au groupe de direction du personnel du COE. Les plaintes portant sur une violation du code de conduite du COE seront traitées selon la procédure décrite ci-dessous.

Procédure:

Quiconque souhaite déposer une plainte doit suivre la procédure suivante:

1. S'adresser à un membre de l'équipe chargée du respect du code de conduite et/ou remplir le formulaire de plainte (disponible en ANNEXE du présent document).
2. Soumettre une plainte par écrit par courriel à l'adresse électronique codeofconduct@wcc-coe.org, ou remettre le formulaire de plainte à l'un des membres de l'équipe chargée du respect du code de conduite qui soumettra la plainte par courrier électronique.
3. Toute plainte déposée sera étudiée avec soin et fera l'objet d'une enquête rapidement diligentée, dans le respect de la confidentialité. Des entretiens seront prévus, en privé, avec la personne visée par la plainte et la personne plaignante (personne ayant déposé la plainte), ainsi que les témoins nommé-e-s dans la plainte.
4. La personne plaignante (à savoir, la personne ayant un problème et déposant plainte) aura accès à des services de conseil, un accompagnement pastoral et une assistance. Dans le cas où la personne plaignante désire dénoncer l'incident aux autorités juridiques et/ou ecclésiales compétentes, cette dernière se verra offrir les informations pertinentes ainsi qu'une assistance pour entrer en contact avec les autorités concernées.
5. La personne visée par la plainte pourra également bénéficier d'un accompagnement pastoral.
6. L'équipe chargée du respect du code de conduite du COE peut, à sa seule discrétion, juger nécessaire d'exclure la personne visée par la plainte de la réunion et de toute situation susceptible de donner lieu à une récidive. La personne visée par la plainte, la personne responsable de sa délégation s'il s'agit d'un-e délégué-e, et le groupe de direction du personnel peuvent être tenu-e-s informé-e-s de la décision.
7. Le COE ne proposera aucune représentation juridique à l'une ou l'autre des parties.

Le COE se réserve le droit de prendre toute mesure jugée nécessaire pour garantir la bonne application des principes cardinaux du présent code de conduite. Le COE, en tant qu'organisation, son équipe de direction, ses membres du personnel et tout individu participant à ces processus n'endossent aucune responsabilité directe ou indirecte pour les mesures prises ou non au titre du présent code de conduite et ne peuvent en aucun cas être tenus responsables pour les frais encourus ou les pertes subies du fait de l'application des procédures inscrites au présent code de conduite.

Documents pertinents du COE:

- [Quand la solidarité chrétienne est rompue](#) (2006)
- [Déclaration du Comité exécutif du COE relative à la violence sexuelle et sexiste, et au prix Nobel de la paix 2018](#) (novembre 2018).
- [Principes de la justice de genre du COE](#) (février 2022)
- [Déclaration du Comité central du COE sur l'exploitation, les abus et le harcèlement sexuel](#) (juin 2022)

Termes clés

Abus de pouvoir

Pris sous un prisme positif, le pouvoir est la capacité à agir, en particulier d'une manière qui respecte et émancipe, et non pas qui domine et opprime autrui. Les personnes en position d'autorité ou de confiance se doivent d'agir avec responsabilité et de manière juste sans tirer profit d'autrui, en particulier des personnes plus dépendantes ou vulnérables. Un abus de pouvoir est caractérisé par la manière dont les personnes ayant moins de pouvoir social sont traitées physiquement, psychologiquement, émotionnellement et/ou sexuellement. Les activités sexuelles, même consenties, entre personnes engagées dans un rapport de force inégal de cet acabit constituent un abus de pouvoir.

Corruption

Forme particulière d'abus de pouvoir, la corruption se caractérise par un abus de position pour servir des intérêts privés, comme l'utilisation abusive de ressources financières ou autres. Le fait de proposer, de donner, de solliciter ou d'accepter toute incitation ou récompense pouvant influencer les agissements d'une personne est considéré comme de la corruption.

Discrimination

La discrimination se réfère à l'exclusion, au mauvais traitement, ou aux agissements allant à l'encontre d'un individu sur la base de son statut social, de sa race, de son origine ethnique, de sa couleur de peau, de sa religion, de son genre, de son orientation sexuelle, de son âge, de son état civil, de sa nationalité, de son affiliation politique ou de son handicap.

Fraude

Toute déformation, tromperie, ruse et perversion intentionnelle de la vérité ou tout abus de confiance impliquant les ressources financières, matérielles ou humaines d'une organisation, mais aussi ses actifs, services et/ou transactions, généralement à des fins de gains ou profits personnels.

Genre

Les Principes de la justice de genre du COE stipulent que le genre désigne les différences (socialement construites) attachées au fait d'être une femme ou un homme pour ce qui est des attributs et des possibilités offertes, ainsi que les relations et interactions sociales entre les femmes et les hommes. Le genre détermine ce qui est attendu, permis et apprécié chez une femme ou un homme dans un contexte donné. Dans la plupart des sociétés, il existe des différences et des inégalités entre les femmes et les hommes en ce qui concerne les responsabilités attribuées, les activités effectuées, l'accès aux ressources et le contrôle de celles-ci, ainsi que les possibilités de prise de décisions.

Harcèlement

Le harcèlement peut revêtir la forme d'un commentaire ou comportement importun qui s'avère offensant, dégradant, humiliant, désobligeant ou tout autre comportement inapproprié qui ne respecte pas la dignité d'un individu.

Intimidation

L'intimidation est un comportement intentionnel qui «ferait craindre à une personne de sensibilité courante» d'être blessée ou de subir des dommages. Il n'est pas nécessaire de prouver que le comportement était violent au point de provoquer la terreur ni que la victime était réellement effrayée.

Protection

Garantir que les droits humains fondamentaux, le bien-être et la sécurité physique de tout individu sont reconnus, maintenus et protégés, et ce pour tous et toutes, de manière égale et conformément aux principes internationaux des droits humains.

Abus sexuel

Un abus sexuel est une intrusion physique réelle ou menacée de nature sexuelle, comprenant les attouchements inappropriés, exercée par la force ou dans des circonstances d'inégalité ou de coercition.

Exploitation sexuelle

La coercition et la manipulation sexuelle (y compris tous types d'actes sexuels) exercées par une personne en position de pouvoir qui octroie une quelconque assistance en échange de faveurs sexuelles. Dans ces cas de figure, la victime potentielle estime ne pas avoir d'autre choix que de s'exécuter, il ne s'agit en aucun cas d'un consentement, mais d'une exploitation. L'exploitation consiste à user d'une position d'autorité, de son influence ou du contrôle exercé sur des ressources pour faire pression, forcer, ou manipuler quelqu'un à faire quelque chose contre sa volonté ou involontairement, en menaçant de répercussions négatives comme refuser son aide à un projet, ne pas approuver les demandes d'aide au travail d'un-e employé-e, menacer de faire de fausses déclarations en public sur un-e employé-e, etc. L'exploitation sexuelle concerne l'abus d'une position de vulnérabilité, un rapport de force déséquilibré ou un abus de confiance à des fins sexuelles, notamment pour tirer un profit pécuniaire, social ou politique de l'exploitation sexuelle d'une autre personne.

Harcèlement sexuel

Le harcèlement sexuel concerne toute avance sexuelle, tout commentaire, toute demande sexuelle exprimée ou implicite, tout attouchement, toute blague, tout geste ou toute autre communication ou conduite de nature sexuelle indésirable, qu'elle soit verbale, écrite ou visuelle, exercés par une personne à l'encontre d'une autre personne. Le harcèlement sexuel peut s'adresser à des personnes du même sexe ou du sexe opposé et comprend le harcèlement fondé sur l'orientation sexuelle.

Comportements sexuels abusifs

Tout comportement inapproprié, toute action prédatrice ou tout abus de pouvoir de nature sexuelle.

Tolérance zéro

Le principe et la pratique voulant qu'aucune occurrence d'exploitation et d'abus sexuels, de harcèlement, d'abus de pouvoir, de fraude et de corruption ne soit tolérée dans le cadre des réunions et événements du COE, avec application de règles et de pénalités en cas de violation ou de non-conformité.

Annexe **CONFIDENTIEL**

Formulaire de plainte en vertu du code de conduite

Le présent formulaire doit être complété par la personne souhaitant déposer plainte ou consigné par un tiers. Toutes les informations doivent être conservées en sécurité et la confidentialité doit être respectée en tout temps.

A: Renseignements généraux

Nom de la personne déposant plainte: _____
Genre: _____
Date de naissance: _____ Tél.: _____
Hôtel/Adresse: _____
Courriel: _____
Nom de la personne contre qui vous souhaitez déposer plainte (si connu): _____
Date de l'incident: _____
Heure de l'incident: _____
Lieu de l'incident: _____
Date de la plainte: _____
Heure du dépôt de plainte: _____
Moyen de communication à privilégier: p. ex., téléphone; courriel; en personne

B: Quelle est la plainte?

Indiquer la nature et le cœur du problème faisant l'objet de la plainte

C: Description succincte de l'incident ou de la préoccupation:

Indiquer ce qui s'est passé, en essayant de respecter la chronologie des événements du début à la fin. Si le lieu de l'incident n'est pas familier, décrire l'emplacement selon ses souvenirs. Donner une description de la «personne visée par la plainte», si vous ne connaissez pas son nom.

D: Nom des témoins:

Inscrire le nom de tout témoin ou de toute personne en qui vous avez confiance ou à qui vous avez parlé et la manière de les contacter.

E: Indiquer quelle est la réaction que vous attendez du COE.

F. Nom & signature du/de la plaignant-e: _____

G. Date: _____

À compléter par les personnes traitant la plainte

Numéro de dossier

Nom:
Date et heure: _____

Affaire renvoyée à: _____
Date du renvoi: _____

Décrire les mesures prises: *donner des informations détaillées, par exemple si une assistance médicale a été requise, quel accompagnement psychosocial a été proposé et si un signalement a été fait à la police.*

Nom et signature de l'équipe chargée du respect du code de conduite du COE:



www.waccglobal.org



**Conseil œcuménique
des Eglises**

www.oikoumene.org



9 782825 418598