



LE MANUEL DE
Dignified
Storytelling



Remerciements

Dignified Storytelling est rendu possible grâce au soutien de Dubai Cares, d'Expo 2020 Dubai et du ministère des Affaires étrangères et de la Coopération internationale des Émirats arabes unis (MOFAIC). Nous adressons notre plus profonde gratitude à: S.E. Dr. Tariq Al Gurg, Shermin Mheidly, Khalifa Al Suwaidi, et Nadeen Alalami de Dubai Cares; Omar Shehadeh, Hind Al Owais et Ragy Saro d'Expo 2020 Dubai; et aux membres du Département des organisations internationales et du Département des communications stratégiques de la MOFAIC.

Les membres du comité consultatif de Dignified Storytelling ont fourni des idées et des commentaires précieux concernant le manuel de Dignified Storytelling. Un grand merci à: Michael Kass, fondateur de Story & Spirit; Nina Ford, directrice des communications du Fonds mondial pour l'enfance; Mina Al-Oraibi, rédactrice en chef de The National; Waleed Shah, photographe, penseur créatif et entrepreneur; et Rashed Essa Al Falahi, chef narrateur des Émirats arabes unis.

De plus, nous tenons à remercier les partenaires stratégiques de Dignified Storytelling, notamment l'Union africaine, l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE) et la Ligue des États arabes. Nous remercions également Sajida H. Shroff et Jamie Vinson du Groupe Altamount, qui ont animé les consultations relatives à Dignified Storytelling et sont les principaux auteurs du manuel de Dignified Storytelling.

Nous exprimons également notre reconnaissance aux personnes suivantes qui ont formulé des commentaires sur certaines rubriques du manuel: Christian Jepsen, conseiller régional en communication, Conseil norvégien pour les réfugiés (NRC); Jonathan Tiong, associé, marque et numérique, GIC; Kellie Ryan, directrice associée, communication de crise et d'intervention mondiale, International Rescue Committee (IRC); Lucy McCray, directrice de la stratégie, The Freedom Story (TFS); Smita Sharma, photjournaliste; et Tracey Corbin-Matchett, PDG, Bus Stop Films.

L'élaboration de ce manuel n'aurait pas été possible sans la contribution des 144 personnes énumérées à l'annexe B, qui ont généreusement partagé leurs idées et expériences via une série de six consultations en ligne, menées entre octobre 2020 et mai 2021.

Nous remercions tout particulièrement les organisations et personnes qui ont transmis des histoires à mettre en avant dans le manuel en guise d'exemples d'une narration digne, et notamment: BRANDOUTLOUD et OneFamilyPeople; Dubai Cares; Gareth Benest, Transparency International et Gambia Participates; Global Fund for Children (GFC); GSM Association (GSMA) et le Haut Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés (UNHCR); Hashoo Foundation (HF); Ingrid Guyon et Mujer Diaspora; Innovation for Development (I4D) et Suhael Al Owis; Comité international de secours (IRC); Lisa Atkinson; Conseil nordique pour la coopération mondiale (NCGC) et Story Centre Canada;

Photography Ethics Centre; Sacred Groves et India Story Agency; Save the Children; Smita Sharma, The Freedom Story (TFS); The Girl Effect; The Good Side; UNHCR Pakistan; Haut Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme (Droits de l'homme par l'ONU); Waleed Shah; War Child; WaterAid UK; et le Fonds mondial pour la nature (WWF Pays-Bas).

Veuillez consulter l'annexe C pour de plus amples informations concernant chacune de ces organisations.

Les conseils contenus dans ce Manuel de Dignified Storytelling ont été synthétisés à partir d'une série de consultations ainsi que de ressources existantes sur la narration et la communication éthiques dans le domaine du développement. Ils ne représentent ou ne reflètent pas nécessairement la politique ou la position officielle des principaux partenaires de Dignified Storytelling. Le manuel de Dignified Storytelling n'est pas destiné à se substituer aux directives, normes, codes de conduite et/ou politiques éthiques de votre organisation. Par ailleurs, les lois relatives à la vie privée et au consentement varient en fonction des pays et des professions, et il convient de respecter toutes les lois et politiques internationales, régionales, nationales ou locales pertinentes régissant les questions liées à la narration, ou à des approches similaires de partage et de diffusion d'histoires ou d'informations.

Acronymes

ACFID	Conseil australien pour le développement international	NCGC	Conseil nordique pour la coopération mondiale
ASEAN	ANASE Association des Nations de l'Asie du Sud-Est	NGOs	ONG Organisations non gouvernementales
DPO	Organisation de personnes handicapées	NRC	Conseil norvégien pour les réfugiés
FRIDA	Fonds des jeunes féministes	PDPA	Loi sur la protection des données personnelles (Singapour)
GDPR	Règlement général sur la protection des données (Union européenne)	PIPL	Loi sur la protection des informations personnelles (Chine)
GFC	Fonds mondial pour la mission de l'enfance	SAIH	Fonds norvégien d'assistance internationale pour les étudiants et les universitaires
GIS	Système d'information géographique	SDGs	ODD Objectifs de développement durable
GSMA	GSM Associations	TEGAs	Ambassadrices technologiques (Girl Effect)
HF	Fondation Hashoo	TFS	The Freedom Story
I4D	Innovation for Development	TRRC	Commission vérité, réconciliation et réparations
INGOs	Organisations internationales non gouvernementales	UN	ONU Organisation des Nations Unies
IRC	L'International Rescue Committee	UNAOC	Alliance des Civilisations des Nations Unies
IUCN NL	Union internationale pour la conservation de la nature (Pays-Bas)	UNHCR	Haut Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados (Brésil)	UN Human Rights	Droits de l'homme par l'ONU - Haut Commissariat des Nations Unies pour les Droits de l'Homme
MENA	Moyen-Orient et Afrique du Nord	USD	Dollar des États-Unis
MOFAIC	Ministère des affaires étrangères et de la coopération internationale	WWF NL	Fonds mondial pour la nature (Pays-Bas)

Préface

La narration réside au cœur de l'expérience humaine, en enrichissant notre compréhension du monde et des autres. Les histoires nous rassemblent, nous unissent et nous rappellent que nous sommes davantage semblables que différents.

Dans les contextes humanitaires et de développement, la narration a toujours joué un rôle central dans la promotion du changement et le passage à l'action. Que ce soit par le biais d'histoires soulignant la nécessité de plaider pour des enjeux mondiaux urgents, ou de récits aidant les organisations à engager le dialogue avec les donateurs, la pratique de la narration a été déterminante pour un impact et des résultats significatifs.

Les Émirats arabes unis montrent l'exemple via leurs efforts continus visant à rassembler les communautés dans la quête du respect mutuel et du progrès humain. Dignified Storytelling, menée par Dubai Cares, Expo 2020 Dubai et le ministère des Affaires étrangères et de la Coopération internationale des Émirats arabes unis, est l'une de ces initiatives cherchant à soutenir la vision de notre pays, qui consiste à promouvoir la dignité humaine à travers le monde. Dans ce cas-ci, il s'agit du développement d'un écosystème favorisant une

compréhension et une pratique communes en matière de narration.

La narration responsable et digne continuera à jouer un rôle de facilitation dans le cadre des efforts humanitaires et de développement internationaux. L'impact de ces efforts sera amplifié et perdurera toute une vie, créant ainsi un nouvel héritage, parallèlement à la réalisation des Objectifs de développement durable et à l'accomplissement de nos responsabilités vis-à-vis de l'Agenda 2030. Ces efforts ouvriront la voie à un avenir plus humain et inciteront les narrateurs du monde entier à écrire un nouveau chapitre de l'histoire de l'intervention humanitaire.

Pour concrétiser cette vision, nous devons nous unir autour d'un engagement commun visant à lutter contre la narration irresponsable. Pour cela, nous invitons tout le monde - aussi bien les narrateurs et créateurs de contenu que les gouvernements, agences internationales et militants de la société civile - à se joindre à nous dans cet effort destiné à instiller une compréhension et une pratique claires de la narration qui nous rassemble et nous rappelle notre humanité commune.

Ce manuel de Dignified Storytelling se veut être un outil précieux pour les narrateurs. Offrant des informations essentielles sous forme de bonnes pratiques, de choses à faire et à ne pas faire et de conseils concrets, il a été élaboré pour améliorer la compréhension, responsabiliser les narrateurs et transformer la narration digne en une pratique courante au sein des communautés du monde entier, au profit de celles-ci.

Cordialement,

H.E. Reem Al Hashimy

*Ministre d'État des EAU
pour la coopération
internationale
Directeur général, Expo
2020 Dubai
Président, Dubai Cares*

Dr. Tariq Al Gurg

*PDG et Vice-président,
Dubai Cares*

Table des matières

Contexte autour de Dignified Storytelling	7	Je ne fais pas preuve d'objectivité (répétition).	47	Avec des partenaires extérieurs	106
Méthodologie	11	Je fais mes devoirs.	53	Avec des interprètes et traducteurs	108
Limites	11	Je suis empathique.	59	Défendre et éduquer pour Dignified Storytelling	109
Les principes Dignified Storytelling	12	Je protège les données des autres comme s'il s'agissait des miennes.	65	Glossaire	111
Introduction relative au manuel Dignified Storytelling	15	La vérité prime sur les gros titres.	68	Références	112
Qu'est-ce que ce manuel?	16	Une histoire peut changer le monde.	73	Lectures complémentaires	114
Pourquoi avons-nous besoin de ce manuel?	17	Conseils supplémentaires pour certains groupes	83	Annexe A:	
À qui le manuel de Dignified Storytelling s'adresse-t-il?	17	Les enfants et les jeunes	85	Résumé des consultations sur Dignified Storytelling	116
Comment l'utiliser?	18	Les filles et les femmes	89	Annexe B: Participants aux consultations sur Dignified Storytelling	118
Lignes directrices pour une narration digne	19	Les personnes souffrant de handicaps	92	Annexe C: Contributeurs des histoires mises en lumière	120
Il ne s'agit pas de mon histoire.	21	Les personnes touchées par des urgences	97		
Je ne cause aucun préjudice.	27	Les personnes touchées par la violence sexuelle et sexiste	100		
Nous sommes tous multidimensionnels.	32	Travailler ensemble pour Dignified Storytelling	103		
Le consentement est bien plus qu'une simple formalité.	39	Au sein des organisations	104		

Histoires mises en lumière

1. Histoires relatives aux téléphones portables (GSMA et UNHCR)
2. Entendez sa voix (The Girl Effect)
3. Le droit d'être et d'appartenir (GFC)
4. Mama Kwanza (The Good Side)
5. Quand les chasseurs deviennent des défenseurs de l'environnement (Sacred Groves et India Story Agency)
6. Imaginez la paix (Ingrid Guyon et Mujer Diaspora)
7. Mon histoire unique (I4D)
8. Campagne publicitaire Emarat (Waleed Shah)
9. Voix provenant du terrain (WaterAid)
10. Tisser la reconnaissance (Droits de l'homme par l'ONU)
11. Hyène (Gareth Benest, Transparency International, et Gambia Participates)
12. Mentorat pour les jeunes narrateurs (NCGC et StoryCentre Canada)
13. Mon lieu d'appartenance (The Freedom Story)
14. L'histoire de Jamil (UNHCR)
15. Nous avons un message pour vous! (IUCN NL, WWF NL, et BRANDOUTLOUD)
16. Les réfugiés sont essentiels (IRC)
17. Je peux aussi vous enseigner quelque chose (Dubai Cares)
18. Les enfants et la production d'images (Lisa Atkinson)
19. À la rencontre des Alices (Save the Children)
20. Vent debout pour la justice (BRANDOUTLOUD and OneFamilyPeople)
21. L'histoire de Shamshad Begum (Fondation Hashoo)
22. Batman (War Child)
23. Vies volées (Smita Sharma)

Zones de texte et outils

1. Réaliser une évaluation des risques avec votre organisation
2. Médias sociaux, voyages et Dignified Storytelling
3. Le consentement est un processus
4. Conversations sur le consentement avec des groupes
5. Modèle de formulaire de consentement
6. Modèle de formulaire pour les commentaires des contributeurs
7. Le langage de la narration digne
8. Privilégier la sécurité, l'autonomisation et le respect des contributeurs
9. Dix métadonnées clés
10. En bref: l'application des principes de Dignified Storytelling
11. Enseigner une alphabétisation éthique
12. Collecte de fonds "digne"



CONTEXTE AUTOUR DE
DIGNIFIED
STORYTELLING



Contexte autour de **Dignified Storytelling**



Les histoires peuvent contribuer à orienter le grand public vers les réalités des contextes complexes où se déroule le travail de développement.

Les histoires que l'on raconte – et la manière dont elles sont racontées – sont importantes.

La narration est un puissant outil de communication pour le développement mondial. Les histoires – tout récit raconté par le biais d'images visuelles fixes ou animées, d'enregistrements audio et/ou sous forme écrite et partagé via n'importe quelle plateforme – suscitent des émotions et nous lient au-delà des frontières et des contextes. Les histoires peuvent

permettre de comprendre différentes perspectives et servir d'impulsion à l'action.

Dans les contextes de développement, les histoires sont souvent utilisées comme une plateforme de plaidoyer et de sensibilisation, et un moyen de partager des informations sur des questions et événements actuels. Les histoires peuvent contribuer à orienter le grand public vers les réalités des contextes complexes où se déroule le travail de développement. La narration est également un moyen pour les organisations d'émouvoir les donateurs potentiels dans un environnement ou la

collecte de fonds devient de plus en plus compétitive.

Une communication efficace est nécessaire pour une bonne narration qui capterait l'attention des gens, révélerait des questions importantes et unirait les gens autour de notre humanité commune.

En revanche, si elles sont racontées de manière irresponsable, les histoires peuvent exacerber les défis du travail de développement et d'aide humanitaire et ne pas parvenir à orienter le public vers des



perspectives plus profondes et plus nuancées sur des questions d'importance mondiale. Les pratiques de narration inexactes ou unidimensionnelles exploitent les contributeurs, entravant ainsi les progrès vers les objectifs de développement durable (ODD), dont le fondement est la dignité humaine.¹ Les 17 ODD représentent des objectifs mondiaux, établis par le biais d'un processus consultatif, pour atteindre un développement inclusif, équitable et durable pour les individus et la planète. Dignified Storytelling considère que nous avons tous un rôle à jouer pour réaliser les ODD et rendre le monde meilleur pour les générations futures. Les pratiques de la narration qui promeuvent le pouvoir et l'émancipation des peuples - en amplifiant ces voix qui, sinon, ne seraient pas entendues - peuvent nous inciter à entreprendre des actions individuelles et collectives en faveur des ODD. Dignified Storytelling a également un rôle important à jouer pour communiquer à la population toute entière les progrès réalisés vers un monde plus prospère et équitable.

La narration irresponsable perpétue les stéréotypes en ne montrant qu'un seul aspect d'une personne ou d'une communauté. Cela peut accentuer les préjugés, la discrimination et la stigmatisation sociale. Si elle n'est pas envisagée avec sensibilité et attention, la narration risque de faire peser un danger mental et physique sur les contributeurs, par exemple en les traumatisant à nouveau lors du partage ou en ne protégeant pas leur identité lors de la publication. Les récits qui présentent les contributeurs comme des bénéficiaires passifs ou uniquement des victimes limitent les droits des personnes et leur capacité d'action réelle et perçue, contribuant ainsi à des systèmes inéquitables.

Dans l'obligation de mobiliser des ressources, produire du contenu, ou attirer un public, il arrive que des organisations et des individus se tournent vers des tactiques de narration destinées à susciter la pitié ou d'autres émotions fortes dans l'espoir que le public contribue aux ressources d'une organisation – ou clique sur une histoire, la lise ou la partage. Ces histoires

sont souvent fondées sur des récits trop simplifiés, banalisés ou rendus trop sensationnels, qui perpétuent subtilement - et parfois explicitement - les dynamiques de pouvoir et les stéréotypes. Bien souvent, elles s'approprient, déforment ou réduisent au silence les voix de ces mêmes personnes et communautés dont le narrateur prétend raconter l'histoire.

Rares sont les recherches qui visent à recueillir les points de vue des contributeurs sur la représentation que l'on fait d'eux à travers les outils de communication dans le secteur du développement.² Bien que le sujet et les résultats des quelques études disponibles varient, il y a aussi des thèmes communs entre eux. Par exemple, plusieurs études indiquent que les participants à la recherche sur les contributeurs avaient souvent une compréhension approfondie des raisons pour lesquelles les supports de communication étaient créés, qu'il s'agisse de collecte de fonds ou de partage d'informations. De plus, un sentiment souvent exprimé chez les participants est qu'ils aimeraient voir des



¹ Dignified Storytelling emploie le terme "contributeurs" pour désigner, de manière générale, les personnes figurant dans les histoires (qu'il s'agisse d'un film, d'une photographie, d'une interview ou d'un autre récit narratif). Ce faisant, elle suit l'exemple du réseau Bond et des traditions journalistiques, en cherchant à mettre en évidence un rôle plus actif que celui impliqué par les termes "sujet" ou "bénéficiaire."

² Le rapport "You've been Reframed: How ought beneficiaries be represented in fundraising materials?" (Crombie, 2020) ne recense que huit études publiées axées sur le point de vue des contributeurs, et fournit un résumé utile des principales conclusions de chacune d'entre elles. Le rapport "You've been Reframed: How ought beneficiaries be represented in fundraising materials?" (Crombie, 2020) ne

recense que huit études publiées axées sur le point de vue des contributeurs, et fournit un résumé utile des principales conclusions de chacune d'entre elles.

communications plus nuancées, contenant des histoires plus complètes et avec une plus grande diversité de représentation. L'étude intitulée "The People in the Pictures: Vital Perspectives on Save the Children's image-making," a révélé, de manière assez surprenante, qu'aucun contributeur n'a demandé à ce que les représentations négatives ne soient pas montrées. Par contre, la plupart des personnes ont exprimé le désir de raconter leur propre histoire à leur manière et de ne pas être perçues de manière stéréotypée.³

L'initiative "Dignified Storytelling" résulte de la nécessité de disposer de ressources supplémentaires pour aider les narrateurs et organisations à opter pour des pratiques de narration fondées sur le partenariat et à raconter des histoires plus complètes et plus nuancées qui privilégient la dignité humaine – notre valeur intrinsèque en tant qu'êtres humains.⁴ Soutenue par Dubai Cares, Expo 2020 Dubai et le ministère des

Affaires étrangères et de la Coopération internationale des Émirats arabes unis (MOFAIC), Dignified Storytelling a pour objectif de favoriser une compréhension commune de la manière dont la narration peut défendre la dignité de tous les individus.

Dignified Storytelling affirme que lorsque nous commençons à raconter des histoires différemment, nos mentalités changent. Lorsque cela se produit, un développement positif plus vaste, reposant sur la dignité humaine, devient possible. Dignified Storytelling cherche à contribuer à un environnement de positivité qui consolide les relations à long terme entre le public et les secteurs du développement, et entre toutes les personnes impliquées dans les processus de narration et représentées dans les produits finaux. Dignified Storytelling entend amplifier la voix des contributeurs, et notamment de ceux qui, souvent, ne sont pas entendus, et favoriser un changement social positif.

L'une des composantes de Dignified Storytelling a été l'élaboration consultative de ce manuel de Dignified Storytelling, destiné à servir de guide pratique et accessible à une grande variété de narrateurs et d'organisations.

La première phase de Dignified Storytelling culminera à l'Expo 2020 de Dubaï, une destination globale qui rassemblera le monde afin d'être inspiré, apprendre, innover et créer du progrès. L'Expo 2020 de Dubaï servira de plateforme pour mettre en évidence l'importance de la narration digne à travers les thèmes et les secteurs du développement, via une série d'événements qui se dérouleront pendant les six mois de l'Expo et qui incluront le Dignified Storytelling Forum en décembre 2021. Après la tenue de l'Expo 2020 à Dubaï, Dignified Storytelling prévoit une autre phase de transmission axée sur le plaidoyer, l'orientation politique, la recherche et le développement des capacités.

³ Siobhan Warrington et Jess Crombie, "The People in the Pictures: Vital Perspectives on Save the Children's Image Making," (Londres : Save the Children, 2017). Il s'agit également d'une conclusion du rapport publié par Radi-Aid "Which image do you Prefer? A Study of Visual Communication in six African countries," (Girling, 2018).

⁴ Voir la définition complète de la "dignité" fournie par Global Dignity à la page 13.

Méthodologie

Les conseils inclus dans le Manuel de Dignified Storytelling ont été compilés à partir des sources suivantes:

- Une étude documentaire de la littérature relative à la narration et aux communications éthiques dans le domaine du développement, y compris des recherches, articles et directives organisationnelles. Veuillez vous reporter aux rubriques "Références" et "Lectures complémentaires" pour obtenir les listes des principales ressources utilisées et relatives à la narration digne.
- Une série de six Consultations en ligne, menées entre octobre 2020 et mai 2021, avec la participation de 144 personnes affiliées à 116 entités différentes, notamment: des agences de développement international, des fondations, des organismes caritatifs, des entreprises, des organisations internationales non gouvernementales (OING), des organisations non gouvernementales (ONG), des universités et des entreprises de médias, ainsi que des photographes, vidéastes, cinéastes, photojournalistes et journalistes indépendants. Veuillez vous référer à l'annexe A pour consulter un résumé de ces consultations. Les personnes ayant participé et les organisations pour lesquelles elles travaillent sont listées à l'annexe B.
- Des entretiens avec des experts, 16 professionnels de

la communication et de la narration dans le secteur du développement et de l'humanitaire, conduits en juillet 2020.

- Vingt-deux exemples de récits et de réflexions tels que partagés par les organisations et les individus répertoriés à l'annexe C.

Limites

Dans le cadre de la collecte d'informations pour le manuel de Dignified Storytelling, l'accent a été porté sur la mise en place d'un réseau multisectoriel étendu et profond de praticiens du développement et de l'humanitaire, en mesure de décrire leurs expériences de travail, en étroite collaboration et de manière régulière, avec leurs partenaires et contributeurs, pour trouver, façonner et raconter des histoires. Le manuel de Dignified Storytelling résume les aboutissements de ces discussions et de ces ressources existantes sur la communication dans le domaine du développement. Ainsi, en tant que document de synthèse, le manuel de Dignified Storytelling se détache un peu des contributeurs, qui se trouvent toutefois au centre d'une grande partie du contenu.

Les invitations aux consultations étaient ouvertes à tous. Elles ont été annoncées via des contacts directs et les réseaux sociaux de Dignified Storytelling, et les participants ont été encouragés à partager l'invitation au sein de leurs propres réseaux. Autant que possible,

la diversité géographique et organisationnelle a été recherchée, même si les consultations ont été menées en anglais et en ligne, ce qui a abouti à une plus forte participation des personnes travaillant dans des organisations et des entreprises internationales. Le manuel de Dignified Storytelling sera initialement traduit de l'anglais vers trois autres langues (arabe, français et espagnol) afin de cibler une plus large population.

L'élaboration de ce manuel a constitué une démarche multipartite et multisectorielle. Compte tenu de la vaste portée des conseils, ce manuel ne peut prétendre être une ressource exhaustive. Il devrait plutôt être considéré comme une étape dans le processus éducatif et de plaidoyer en vue de l'adoption des approches de la narration digne.

Dignified Storytelling reconnaît la nécessité de recherches et d'engagements supplémentaires axés sur des situations et des groupes de parties prenantes spécifiques, y compris les opinions des contributeurs sur le thème de la narration. Dignified Storytelling et ses partenaires envisagent la possibilité d'organiser des activités futures de plaidoyer, de recherche et de formation sur l'application des principes de Dignified Storytelling à des publics plus larges, y compris les contributeurs aux histoires.



LES PRINCIPES DE
DIGNIFIED
STORYTELLING



Les principes de **Dignified Storytelling**

”

La narration digne défend la dignité humaine, qualité qui est en chaque personne lorsqu'elle naît. Nous avons tous tout aussi importants les uns que les autres.

L'ensemble des dix principes de Dignified Storytelling visent à décrire, ou définir, la "narration digne". Tout comme ce manuel en entier, les principes de Dignified Storytelling ont été élaborés à travers des consultations auprès de narrateurs et d'experts en communication, et en s'appuyant également sur la littérature existante traitant de la narration éthique et de la communication dans le domaine du développement. Ils servent de cadre d'action et de définition du terme.

La narration digne défend la dignité humaine, qualité qui est en chaque personne lorsqu'elle naît. Nous avons tous tout aussi importants les uns que les autres. Puisque nous sommes égaux dans notre humanité,

nous méritons tous, et avons tous le droit, d'être traités avec égard et respect. Il nous incombe donc à tous de défendre la dignité des autres par le biais de paroles et d'actions.⁵

Notre notion de respect ou de violation de notre dignité est influencée par de nombreux facteurs, notamment la culture, les circonstances et la manière dont nous sommes traités. Les paroles et actions peuvent avoir un immense impact sur le sentiment de dignité d'une personne. Il s'agit de l'une des raisons pour lesquelles il est si important de se rassembler, de raconter et de partager des histoires tout en respectant et en ne violant pas l'humanité d'une personne pendant le processus.

Les principes de Dignified Storytelling peuvent contribuer à nous orienter vers une narration fondée sur un profond respect, une transparence totale et une responsabilité sociale. Les principes sont interconnectés et chacun d'entre eux constitue une partie de l'ensemble.

Afin d'illustrer chaque principe, des histoires mises en lumière (de courtes études de cas) sont incluses tout au long du manuel. Les histoires mises en lumière sont organisées par principe, mais avec une application croisée significative à travers le manuel.

⁵ Définition fournie par Global Dignity, une organisation œuvrant à l'unification de tous autour de la conviction que nous méritons tous de vivre dans la dignité. Veuillez consulter le site <https://globaldignity.org/> pour de plus amples informations.

1 IL NE S'AGIT PAS DE MON HISTOIRE.



2 JE NE CAUSE AUCUN PRÉJUDICE.



3 NOUS SOMMES TOUS MULTI-DIMENSIONNELS.



4 LE CONSENTEMENT EST BIEN PLUS QU'UNE SIMPLE FORMALITÉ.



5 JE NE FAIS PAS PREUVE D'OBJECTIVITÉ (RÉPÉTITION).



6 JE FAIS MES DEVOIRS.



7 JE SUIS EMPATHIQUE.



8 JE PROTÈGE LES DONNÉES DES AUTRES COMME S'IL S'AGISSAIT DES MIENNES.



9 LA VÉRITÉ AVANT LES GROS TITRES.



10 UNE HISTOIRE PEUT CHANGER LE MONDE.





INTRODUCTION
RELATIVE AU MANUEL
**DE DIGNIFIED
STORYTELLING**

Introduction relative au manuel de **Dignified Storytelling**



Le manuel fournit des suggestions sur les questions à prendre en compte et les étapes à suivre pour mettre en pratique les principes de la narration digne.

Qu'est-ce que le manuel de Dignified Storytelling?

Le manuel de Dignified Storytelling constitue une ressource visant à aider les narrateurs et organisations à promouvoir et employer des pratiques de narration reposant sur un profond respect de la dignité humaine. Le manuel fournit des suggestions sur les questions à prendre en compte et les étapes à suivre pour mettre en pratique les principes de la narration digne. Il propose également des aspects à prendre en considération lors

de collaboration avec certains groupes pour lesquels des considérations supplémentaires sont requises, en raison de circonstances ou caractéristiques sensibles. Tout au long du manuel de Dignified Storytelling, de courtes études de cas, intitulées "Histoires mises en lumière", illustrent de manière concrète les aspects d'une narration digne.

Les lignes directrices incluses dans le manuel sont censées être largement applicables à la narration dans des contextes humanitaires et de développement, en fournissant un cadre et des idées pour la réflexion

et l'action. Comme les cultures, situations, organisations et types de communication diffèrent, une transposition des principes de Dignified Storytelling dans un contexte spécifique sera toujours nécessaire. Le manuel peut être utilisé comme point de départ pour les discussions nécessaires entre les narrateurs et autres parties prenantes, et au sein des organisations.

Pourquoi avons-nous besoin du manuel de Dignified Storytelling?

Grâce à Internet et aux réseaux sociaux, et comme jamais auparavant, nous consommons et racontons plus d'histoires. Il en résulte une grande opportunité de se connecter les uns aux autres, de faire preuve d'empathie par-delà les cultures et les zones géographiques, et de réfléchir en profondeur aux questions complexes qui façonnent notre monde commun.

Toutefois, l'afflux et la demande d'informations à un rythme aussi soutenu - ainsi que la concurrence en matière d'audience ou de financement - se traduisent également par une pression croissante exercée sur les créateurs de contenu et les organisations pour qu'ils produisent des histoires de manière rapide et fréquente. De ce fait, il existe souvent peu d'indications sur la façon de gérer les décisions fondées sur des valeurs qui sont liées à la collecte et à la narration d'histoires, en particulier celles impliquant des circonstances complexes ou sensibles.

La narration constitue un acte de pouvoir, et toutes les personnes impliquées - que ce soit des donateurs, collecteurs de contenu, créateurs, gestionnaires, ou contributeurs - doivent avoir la possibilité de faire valoir leur rôle, leur choix et leur voix. Or, souvent, ce sont l'organisation créant les récits et le donateur qui ont le contrôle. Le contributeur lui, ironiquement personnage central de l'histoire est le partenaire silencieux. Dignified Storytelling cherche à faire évoluer cette dynamique de pouvoir inhérente vers un équilibre plus équitable.

L'audience peut représenter bien plus que de simples

receveurs de contenu passifs et il leur incombe de réfléchir de manière critique aux histoires qu'ils découvrent, en se demandant à qui profitent ces dernières et en responsabilisant les narrateurs à l'égard d'une narration digne, au moyen de commentaires, d'avis et de soutien financier.

Les histoires élaborées selon les principes de la narration digne sont plus fortes, plus nuancées et, au final, contribuent à établir de meilleurs liens entre les communautés qui sont soutenues, les contributeurs et les parties prenantes internes.

Le manuel de Dignified Storytelling est un outil destiné à encourager toutes les personnes impliquées dans la création et la consommation d'histoires à réfléchir de manière approfondie, à évaluer les risques, à instaurer un dialogue ouvert et honnête, et à renouveler l'innovation et la créativité dans le processus et les produits finaux des histoires que nous racontons.

À qui le manuel de Dignified Storytelling s'adresse-t-il?

Le manuel de Dignified Storytelling s'adresse à tous les narrateurs ou à tous ceux travaillant en collaboration avec eux, en particulier les personnes racontant des histoires dans des contextes humanitaires et de développement. Cette liste comprend, sans s'y limiter: les décideurs politiques, le personnel chargé des programmes et de la communication au sein d'agences de développement international, les OING/ONG, les organisations caritatives, les fondations et entreprises;

Enfants participant à une activité ludique dans le cadre du «Programme Seconde Chance».
Crédit: Luminos Fund - Éthiopie.



les créateurs de contenu indépendants; les journalistes; les photojournalistes; les spécialistes des médias et de la communication; les photographes; les vidéastes; les donateurs; les personnes influentes; et les publics.

Si vous consommez, collectez, créez, promouvez, vivez ou racontez des histoires qui traitent de questions d'importance mondiale ou locale, nous espérons que vous utiliserez ce manuel.

Comment utiliser le manuel de Dignified Storytelling?

Chacun d'entre nous apporte son propre point de vue, sa personnalité et son environnement culturel aux histoires que nous consommons ou créons. Le manuel de Dignified Storytelling n'est pas destiné à préconiser un point de vue "unique" pour tout le monde - il vise plutôt à proposer des astuces et outils pour aider à examiner de manière réfléchie et critique les histoires, en particulier celles racontées dans des contextes de développement et d'aide humanitaire, et à offrir des suggestions pour guider les décisions fondées sur des valeurs et les partenariats dans le domaine de la narration.

”

Chacun d'entre nous apporte son propre point de vue, sa personnalité et son environnement culturel aux histoires que nous consommons ou créons.

Dans le cadre de cet objectif plus large, il existe plusieurs manières d'utiliser ce manuel comme outil de référence pour le plaidoyer, la formation, le développement de politiques au sein de votre organisation, ou pour votre propre pratique de la narration.

Par exemple, les principes généraux de Dignified Storytelling peuvent constituer un point de référence utile lorsque vous discutez des valeurs et des attentes avec des prestataires extérieurs. Ou, peut-être, en tant que créateur de contenu, vous pouvez trouver de l'inspiration en explorant les "histoires mises en lumière" et figurant tout au long du manuel. Si vous rédigez des termes de référence pour engager un interprète, consultez la rubrique "Travailler avec des interprètes ou des traducteurs". Ou, si vous devez réaliser une évaluation des risques, vous pouvez consulter la zone de texte du principe n° 2: "Je ne cause aucun préjudice".

Vous trouverez une liste avec des hyperliens vers toutes les rubriques du manuel - y compris les "histoires mises en lumière", les zones de texte thématiques, les modèles et les outils - dans la table des matières.

En bref, il n'est pas nécessaire de lire ce manuel de la première à la dernière page, même si nous vous invitons à le faire. Vous pouvez plutôt directement passer aux rubriques pertinentes au regard de votre travail et aux "histoires mises en lumière" qui attirent votre attention. Nous vous encourageons également à recourir fréquemment au manuel à, au fur et à mesure que des problèmes ou des questions se posent dans les conversations et dans le travail important que vous réalisez. Le manuel lui-même devrait être considéré comme une première édition, qui sera régulièrement mise à jour et enrichie.



(Femme au Népal). Les portraits peuvent être pris de plusieurs manières, de près comme de loin, et bien qu'il ne soit pas essentiel de montrer le contexte, cela apportera certainement de la valeur, en ajoutant plus du sens à votre image. Crédit: Lola Akinmade Åkerström.



LIGNES DIRECTRICES
POUR UNE
NARRATION DIGNE



Lignes directrices pour une **narration digne**

Les lignes directrices générales incluses dans cette rubrique abordent tour à tour chaque principe de Dignified Storytelling - en dévoilant ce qu'il signifie, en suggérant des points d'action pour la mise en application et en mettant en lumière des histoires comme exemples de ce à quoi les éléments du principe peuvent ressembler dans la pratique.

Les lignes directrices suggérées se veulent largement applicables à tous les secteurs et à de nombreux types

de communication. Cependant, il conviendra de les adapter à des contextes, communautés, individus et types de narration spécifiques en menant une réflexion et une discussion approfondies avec toutes les personnes impliquées dans la création de l'histoire. Ces conseils ne sont pas exhaustifs, mais représentent plutôt les points de consensus et les enseignements tirés de la série de consultations de Dignified Storytelling et des ressources existantes. La narration digne constitue

une pratique continue et évolutive. L'espoir réside dans le fait que les ressources et les listes de contrôle incluses dans ce manuel puissent servir d'outils vers un changement plus étendu des pratiques, fondé sur les principes, favorisant une culture de la narration centrée sur la dignité humaine et les partenariats.

”

**La narration digne
constitue une
pratique continue et
évolutive.**



PRINCIPE:

La narration digne amplifie les voix et expériences des contributeurs, en respectant leurs souhaits quant au choix de l'histoire et à la manière de la raconter.

Il ne s'agit pas de mon histoire.

Principe n°1.

Le respect de la dignité inhérente et de la pleine humanité des contributeurs est au cœur de la narration digne. Les contributeurs devraient être considérés et traités comme des partenaires égaux et des co-créateurs tout au long du processus de narration, avec pour objectif de faire entendre leurs voix et perspectives. Ce sont les experts de leurs propres histoires.

Prioriser l'implication active des contributeurs signifie qu'il faut encourager leur participation à toutes les étapes du processus: de la planification de l'histoire à sa publication, en passant par son développement. En prenant le temps d'établir des relations et de travailler avec des contributeurs, on reconnaît que chaque individu est une personne à part entière, avec un rôle dans son histoire. Apprendre à connaître leur histoire c'est faire preuve de respect et de l'attention que chaque personne mérite. Cela peut également aider ceux qui collectent du contenu à mieux comprendre le contexte et les personnes impliquées, ce qui conduira à des histoires plus efficaces, plus percutantes - et peut-être même plus surprenantes.

Pour éviter les récits prévisibles, il convient d'être à l'écoute d'histoires nouvelles et différentes. En adoptant une certaine souplesse dans les plans de collecte de contenu, on peut se donner la possibilité d'écouter plus attentivement et plus ouvertement les souhaits des

contributeurs et les histoires qu'ils racontent.

Si le responsable de la collecte de contenu est extérieur à la communauté ou au pays, le fait de travailler avec des contributeurs par le biais de partenaires de cette même communauté et de créatifs locaux est un moyen de nouer des relations à plus long terme, avec une communication potentiellement plus fluide grâce à une langue et un contexte culturel communs. Tous les partenaires et contributeurs potentiels doivent se sentir à l'aise à l'idée de remettre en question les idées d'histoires ou les pratiques de collecte de contenu qui pourraient s'avérer trop risquées pour les contributeurs ou qui pourraient nuire à la relation.

Les contributeurs représentent davantage qu'une simple étude de cas ou qu'un "clip sonore" et peuvent se révéler des porte-parole perspicaces et puissants. En effet, la communication dans le domaine du développement devrait permettre aux gens de réfléchir et de s'exprimer sur des questions importantes de leur vie.^{6,7} Afin de concrétiser la participation active des contributeurs, les narrateurs doivent travailler en étroite collaboration avec eux, étape par étape, en les écoutant activement et ouvertement, en leur fournissant des conseils techniques et en s'assurant que des mesures de sécurité, notamment un soutien social et émotionnel, sont en place.^{6,7}

⁶Bond People in the Pictures Group, "Putting the People in the Pictures First: Ethical guidelines for the collection and use of content (images and stories)," (Londres : Bond, 2019)..

⁷Nations Unies, "Communications for Development: Strengthening the Effectiveness of the United Nations," (New York: Programme des Nations unies pour le développement, 2011).

Lignes directrices pour le principe n° 1:

La narration digne amplifie les voix et expériences des contributeurs, en respectant leurs souhaits quant à l'histoire à raconter et à la manière de la raconter.

POUR FACILITER LA MISE EN PRATIQUE DU PRINCIPE N° 1, VEUILLEZ PRENDRE EN COMPTE CE QUI SUIT:

- Prévoyez le fait que vous ne connaîtrez pas exactement l'histoire que vous raconterez avant le moment venu, en abordant chaque mission avec la volonté d'écouter les contributeurs et de découvrir le récit avec eux.
- Lorsque vous recueillez de nouvelles histoires, adoptez une attitude d'autoréflexion et d'ouverture d'esprit avant de les écouter. Toutes les histoires commencent par une écoute, et la collecte de contenu devrait être menée avec humilité, gentillesse et curiosité.
- Il est nécessaire que toute communication avec des contributeurs potentiels se fasse dans une langue qu'ils comprennent, en employant un vocabulaire facile à appréhender, et dans un cadre où ils se sentent à l'aise. La communication entre

les contributeurs et le responsable de la collecte des histoires devrait également se faire dans une langue que les contributeurs peuvent utiliser avec aisance, et avec une interprétation culturellement appropriée, le cas échéant.

- Prévoyez du temps dans les projets de narration afin d'être en mesure d'avancer au rythme des contributeurs. Les processus de consentement éclairé, complet et libre prennent du temps. Il faut également du temps pour que les gens racontent leur propre histoire, en particulier s'il s'agit de la première fois.
- Faites participer les contributeurs aux processus de décision et laissez-les décider de la manière de se présenter.
 - ▶ Par exemple, discutez des préférences des contributeurs quant à l'heure et au lieu des entretiens qui leur conviennent. Les contributeurs devraient avoir leur mot à dire sur la façon dont ils



souhaitent être photographiés ou interviewés en termes de vêtements, d'émotions dépeintes, de lieu et de tonalité narrative générale.

- ▶ Au cours de l'élaboration et de la finalisation de l'histoire, recherchez le point de vue des contributeurs concernant la conception et la sélection des images, légendes et/ou citations utilisées.
- Lorsque cela est possible, utilisez les mots exacts et la voix des contributeurs dans la communication et les sous-titres de l'histoire.
- Créez un espace rassurant pour que les individus racontent leurs histoires en mettant en place des mesures de sauvegarde appropriées, notamment en veillant à ce qu'un soutien socio-émotionnel soit disponible pour les contributeurs en cas de besoin, idéalement par le biais de prestataires de services locaux ou de groupes communautaires.⁸
- Engagez le dialogue avec les contributeurs pour évaluer les difficultés susceptibles de les empêcher de raconter leur histoire. Lorsque des lacunes en termes de compétences ou de confiance sont identifiées, prenez des mesures pour surmonter ces obstacles.

Par exemple, cela peut éventuellement passer par une formation à la narration, dispensée de manière formelle ou informelle, de manière directe ou en lien avec des créateurs de contenu ou des organisations locales.

- Réfléchissez sagement aux moyens de valoriser les contributeurs pour leur temps et leur travail, par des méthodes non exploitantes qui ne renforcent pas une dynamique de pouvoir inégale entre le narrateur et le contributeur. Une compensation peut s'avérer appropriée dans certaines situations alors que, dans d'autres, elle risquerait d'avoir un impact sur le consentement, les attentes ou l'authenticité.
 - ▶ Pour de nombreuses raisons, les organisations évitent généralement de verser une compensation financière dans le cadre du partage d'histoires. Cela peut indûment influencer l'histoire racontée et amener les contributeurs à se sentir redevables envers l'organisation. Toutefois, dans certains cas, il arrive qu'un contributeur soit engagé par une organisation pour un rôle à long terme nécessitant un investissement important en termes de temps et d'efforts, auquel cas une compensation financière ou en nature est probablement appropriée.

- ▶ Il existe des moyens permettant aux organisations et aux narrateurs d'exprimer leur gratitude envers les contributeurs, par exemple par le biais de remerciements et une reconnaissance appropriés, tels que convenus avec le contributeur, en partageant les produits finaux avec ceux-ci et enfin en satisfaisant les besoins des contributeurs au cours de la collecte de l'histoire.
- ▶ Il ne faut pas confondre le fait de reconnaître de manière appropriée la contribution d'un individu avec son droit à recevoir des services. La décision d'un contributeur potentiel de participer ou non à l'élaboration d'un récit ne devrait jamais impacter sa capacité à participer aux programmes d'une organisation, ou à bénéficier de services ou d'une aide.
- Cherchez des occasions de mettre en valeur les voix des créateurs de contenu locaux - y compris les artistes, écrivains et journalistes - en les embauchant ou en utilisant votre plateforme ou réseau pour présenter leur travail.⁹

⁸ La sauvegarde, dans les secteurs du développement et de l'humanitaire, fait généralement référence aux mesures prises pour protéger les personnes contre tout préjudice - y compris toutes les formes d'exploitation, d'abus, de harcèlement ou de détresse socio-émotionnelle - pouvant découler du contact avec le personnel

ou les programmes d'une organisation.

⁹ Il existe de nombreuses bases de données permettant de localiser des viviers de talents divers basés dans des pays du monde entier. Par exemple : Women Photograph (www.womenphotograph.com), The Everyday Projects ([https://www.](https://www.everydayprojects.org/)

[everydayprojects.org/](https://www.everydayprojects.org/)), Women Who Draw (<https://www.womenwhodraw.com/>) et l'African Photojournalism Database (<https://www.worldpressphoto.org/programs/develop/african-photojournalism-database>)

Histoire mise en lumière – **Histoires relatives aux téléphones portables**

La GSM Association (GSMA) et le Haut Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés (UNHCR)

En coulisses

En mars 2020, la GSMA et l'UNHCR ont demandé aux réfugiés et migrants vénézuéliens de Barranquilla, en Colombie, de raconter l'importance de la connectivité mobile dans leur vie.

La Colombie constitue généralement la première étape pour les Vénézuéliens quittant leur pays et voulant échapper à la crise politique et économique qui sévit actuellement. Elle est désormais devenue le second foyer de 1,74 million de Vénézuéliens et le plus grand pays d'accueil de la région.¹⁰

Le programme GSMA Mobile for Humanitarian Innovation vise à accélérer le déploiement et l'impact de l'aide humanitaire numérique, en renforçant l'accès aux services mobiles améliorant la qualité de vie, et leur utilisation, durant les phases de préparation, de réponse et de rétablissement en situation de désastre et crise humanitaire.

Les contributeurs ont raconté leurs propres histoires à l'aide du support de leur choix, avec un contrôle sur la direction créative et la narration.

Director's Cut: Les principes en pratique

- Des discussions régulières, incluant les commentaires des contributeurs, ont eu lieu avec les facilitateurs du projet. Ces discussions ont permis aux différents partenaires du projet de se mettre d'accord sur les paramètres relatifs au nombre d'histoires élaborées et sur les caractéristiques démographiques souhaitées pour les contributeurs, en vue d'assurer la parité hommes-femmes et l'inclusion de diverses origines.
- Les histoires, telles que directement racontées par les contributeurs, ont offert à la GSMA une manière nouvelle et différente d'en savoir plus sur l'utilisation des téléphones portables, les préférences et les défis rencontrés.
- La GSMA et l'UNHCR ont proposé des ateliers pour aider les contributeurs à façonner leurs histoires dans le format de leur choix (photographie, vidéo, audio ou

écriture). Il en résulte une série d'histoires d'actualité racontées au moyen de styles et de supports divers et distincts.

- En facilitant la narration, la GSMA et l'UNHCR ont cherché à trouver le bon équilibre entre les participants, à qui les histoires appartiennent, et le soutien "pratique" destiné à produire des documents finaux de qualité, prêts à être consultés.
- L'expérience a fait ressortir le type de compétences nécessaires aux responsables de la collecte de contenu qui s'engagent auprès des réfugiés et autres populations déplacées, notamment des réseaux et partenariats solides sur le terrain et la capacité d'aider les contributeurs à dévoiler leurs propres histoires.

Portraits des contributeurs aux histoires
relatives aux mobiles (GSMA).

Découvrez les 18
histoires relatives
aux téléphones
mobiles à l'adresse
suivante:

[http://gsma.com/
mobilestories](http://gsma.com/mobilestories)

¹⁰ UNHCR, "Operational Data Portal," (janvier 2021), Pays - Colombie (unhcr.org).

Histoire mise en lumière - **Entendez sa voix**

The Girl Effect

En coulisses

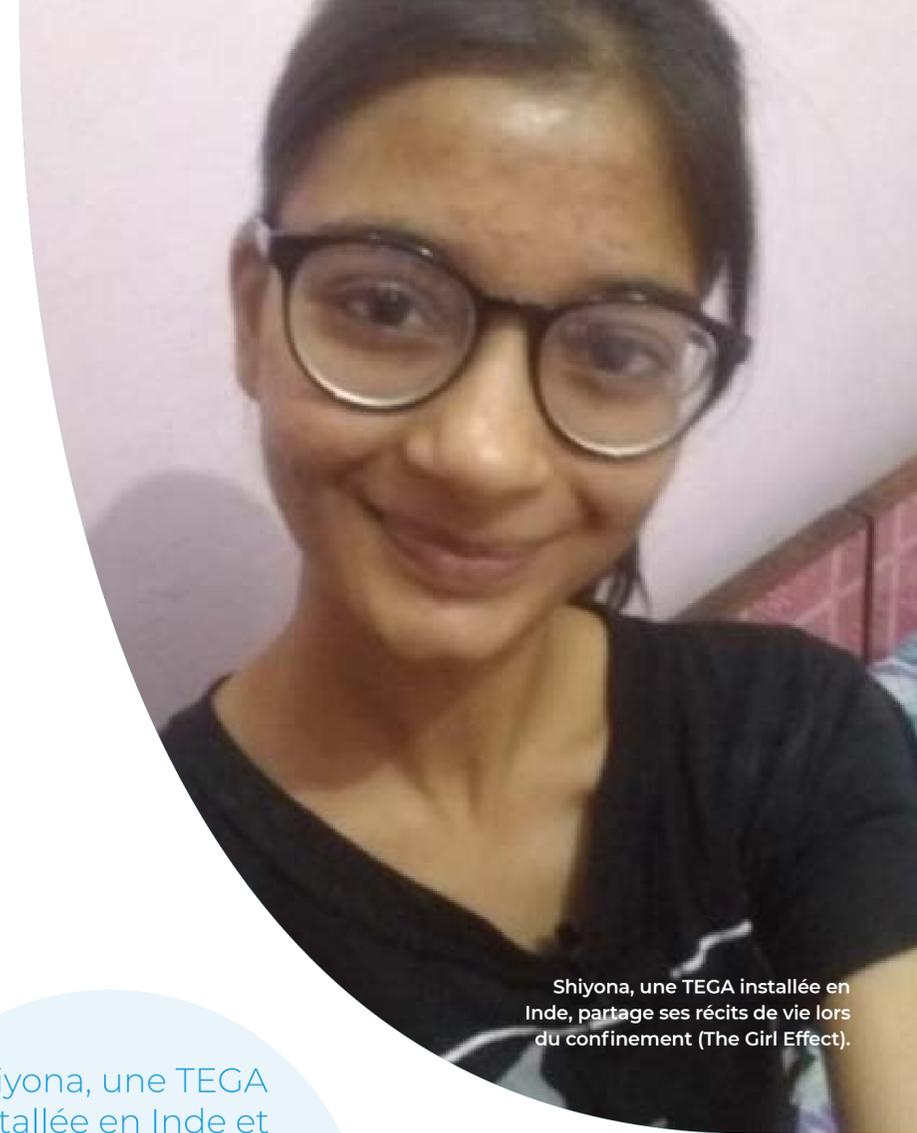
Les défis auxquels les adolescentes sont confrontées sont souvent mal documentés ou décrits en leur nom. Mais si l'on ne tient pas compte de leur propre point de vue, les solutions destinées à les aider ne seront pas aussi efficaces qu'elles pourraient l'être. La pandémie de COVID-19 a fait ressortir ce problème : la couverture médiatique relative à la pandémie n'a pas pris en compte les voix de ces adolescentes, alors que l'on était dans une période où l'on avait le plus besoin de données précises sur la vie de ces jeunes filles, notamment dans les pays à revenu faible ou modéré.

Le projet "Entendez sa voix" de Girl Effect propose une plateforme à 29 jeunes femmes vivant dans six pays - dont le Nigeria, le Malawi, le Rwanda, les États-Unis, l'Inde et le Bangladesh - pour qu'elles racontent, avec leurs propres mots, l'impact du COVID-19 sur leur vie.

Girl Effect a demandé à ses ambassadrices technologiques (TEGA) de se filmer avec la caméra de leur téléphone portable pour tenir un journal numérique et rendre compte de leur vie en plein confinement, entre avril et septembre 2020. Les TEGAs sont des jeunes femmes qui, avant la pandémie de COVID-19, avaient collaboré avec Girl Effect pour mener des entretiens avec leurs communautés en vue de recueillir des informations en temps réel sur la vie de leurs pairs.

Les contributeurs au projet "Entendez sa voix" rapportaient elles-mêmes leur propos, via l'application de recherche TEGA, en répondant à des questions ouvertes dans sept questionnaires semi-structurés (administrés sur une période de deux mois) afin de retracer leurs expériences en période de pandémie.

Shiyona, une TEGA installée en Inde et présentée dans cette "histoire mise en lumière", partage ses récits de vie lors du confinement (The Girl Effect).
Shiyona, une TEGA installée en Inde et présentée dans cette "histoire mise en lumière", partage ses récits de vie lors du confinement (The Girl Effect).
<https://voices.girleffect.org/stories/girls/shiyona>



Shiyona, une TEGA installée en Inde, partage ses récits de vie lors du confinement (The Girl Effect).

Director's Cut: Les principes en pratique

- Alors que la vie des filles et des femmes a été parmi les plus durement touchées par le COVID-19, on a très peu entendu les filles elles-mêmes, en particulier au début de la pandémie. "Entendez sa voix" a cherché à changer explicitement cette dynamique, en donnant le contrôle aux filles par l'octroi d'une plateforme ou partager leurs messages.
- La narration a fourni aux filles un exutoire pour aborder les effets du COVID-19 sur leur vie. Comme l'a déclaré Rashmi, une TEGA: "J'étais vraiment heureuse d'avoir été sélectionnée car je pouvais parler de mes expériences et des choses auxquelles j'ai dû faire face en raison du COVID".
- La méthodologie a permis la collecte de vastes données - générées par les filles elles-mêmes - en vue de trouver des solutions appropriées à leurs problèmes.
- Le projet a également procuré un moyen sûr et flexible de recueillir des informations et données, à un moment où les méthodes de collecte en face à face devenaient risquées en raison de la pandémie.
- Des mesures rigoureuses de protection des filles ont été mises en place, y compris une évaluation des risques avant la recherche et des protocoles pour mettre les filles en contact avec les services de soutien nécessaires durant le processus.

- Les filles, avec lesquelles Girl Effect entretient une relation à long terme via le programme TEGA, ont été rémunérées pour le temps et l'énergie créative qu'elles ont consacrés aux auto-entretiens sur une période de six mois.
- Le consentement numérique éclairé a été obtenu au moyen de l'application TEGA, qui comportait des enregistrements audio des modalités et des questions sous forme de quiz pour s'assurer de la compréhension des contributrices. Avant la publication, les extraits filmés ont également été partagés avec les TEGAs afin de confirmer leur consentement.

Rencontrez les
contributeuses au
projet "Entendez sa
voix" et écoutez leurs
histoires à l'adresse
suivante:
<https://voices.girleffect.org/girls>

1 IL NE S'AGIT
PAS DE MON
HISTOIRE.



Principales astuces pour le principe n° 1

- **Impliquez les contributeurs en tant que co-créateurs de l'histoire, en travaillant en étroite collaboration avec eux pour déterminer quelle histoire est racontée et comment elle est racontée.**
- **Trouvez des moyens de "passer le micro" aux contributeurs afin que leurs voix ne soient pas accaparées, réduites au silence ou contrôlées. Cela nécessite la création d'un espace sûr pour leurs histoires et, souvent, un certain degré de formation ou de renforcement de la confiance.**



PRINCIPE:

La narration digne applique, pour toutes les actions, une éthique visant à “ne pas causer de préjudice”

Je ne cause aucun préjudice.

Principe n° 2.

La narration digne considère que le meilleur intérêt et la sécurité du ou des contributeurs et de leurs communautés doivent toujours être placés au-dessus de toute autre considération en matière de narration. Le bien-être des personnes présentées dans les histoires - et des communautés auxquelles elles appartiennent - est plus important que tout besoin de plaider ou de promotion de questions, causes ou programmes.

Ainsi, une narration digne évite tout comportement ou partage d'informations qui pourrait causer ou aggraver un risque, un préjudice ou un mauvais traitement pour tout individu ou groupe. Il est essentiel d'évaluer si une histoire est susceptible d'entraîner un risque de préjudice, de représailles ou de perte pour la personne, la famille ou la communauté, et ce de manière répétée tout au long du processus de narration, depuis la phase de planification jusqu'à la collecte, l'élaboration, le traitement et la publication de

l'histoire. Afin d'être véritablement informatif et précis, le processus d'évaluation du risque devrait être réalisé en collaboration avec toutes les personnes impliquées dans l'élaboration de l'histoire ou impactées par celle-ci.

Certains groupes de personnes sont plus exposés au risque et peuvent nécessiter des mesures plus complètes pour être protégés contre ce risque. Des conseils concernant la collaboration avec un certain nombre de ces groupes figurent dans le présent manuel, dans la rubrique intitulée "Conseils supplémentaires pour certains groupes spécifiques".

Si des risques importants sont identifiés au cours de l'évaluation initiale des risques, les contributeurs potentiels ne devraient même pas être contactés s'il est impossible d'assurer leur sécurité, ou s'il n'y a pas suffisamment d'informations pour déterminer en connaissance de cause le niveau de risque.

Lignes directrices pour le principe n° 2:

La narration digne applique, pour toutes les actions, une éthique visant à "ne pas causer de préjudice".

POUR FACILITER LA MISE EN PRATIQUE DU PRINCIPE N° 2, VEUILLEZ PRENDRE EN COMPTE CE QUI SUIT:

- L'évaluation initiale du risque, au cours des étapes de planification, devrait prendre en considération:
 - ▶ Les implications liées au fait de raconter une histoire ou d'utiliser une image, tant pour l'individu que pour les communautés plus larges qu'il représente, soit géographiquement, soit par leur identification en tant que membres d'un groupe ou d'une sous-culture.
 - ▶ Tous les éléments de risque, y compris les représailles sociales, la détresse émotionnelle, la colère et les autres réactions négatives potentielles à la publication de l'histoire.
- Étant donné que les contextes évoluent, le processus d'évaluation du risque doit être continu à toutes les étapes du processus de narration, à savoir la planification, puis la collecte, le développement, le traitement et la publication du contenu.
- Pour évaluer le risque avec précision, il convient de procéder en collaboration et en communication avec les organisations et les personnes les plus proches de la situation sur le terrain.
- Dans certains contextes, les appareils photo devraient avoir leur paramètre de système d'information géographique (SIG) désactivé afin que les images ne contiennent pas d'informations récupérables quant à l'emplacement exact de la photographie. Ces métadonnées peuvent également être effacées dans certains logiciels de retouche photo comme Photoshop, si nécessaire.
- Si vous travaillez pour une organisation, veillez à disposer de politiques solides en matière d'identification et de réponse au risque.
 - ▶ Par exemple, voici quelques réponses possibles au risque: s'abstenir de publier le nom réel ou complet des enfants, dissimuler l'identité des survivants de la violence sexiste, éviter les détails relatifs à un lieu spécifique ou reporter la publication à une date ultérieure.
 - ▶ Les évaluations du risque doivent être adaptées à la culture et varieront en fonction du contexte et des personnes concernées. Les exemples énumérés ci-dessus constituent des stratégies d'atténuation possibles à envisager dans le cadre d'un processus d'évaluation du risque adapté à la culture.
- S'il existe un risque de préjudice, de représailles ou de perte pour la personne, la famille ou la communauté, choisissez de NE PAS raconter l'histoire. Cette décision sera idéalement prise en collaboration avec les contributeurs potentiels et d'autres partenaires. Si vous ou votre organisation décidez toutefois de conserver l'histoire, communiquez la raison et la décision à toutes les parties prenantes concernées.



Amudat, Ouganda: des femmes du milieu agro-pastoral récoltent des légumes verts dans une ferme de démonstration au sein de l'école rurale pour jeunes agriculteurs. Crédit: FAO / Luis Tato.

ZONE DE TEXTE THÉMATIQUE

Réaliser une évaluation du risque avec votre organisation

Les organisations peuvent commencer à identifier les risques potentiels en se posant une série de questions. Ce processus devrait impliquer un ensemble de personnes différentes et peut être mené dans le cadre d'ateliers, d'un groupe de travail, ou éventuellement en demandant à un expert externe de contribuer à l'évaluation.

Les questions permettant de réfléchir aux risques potentiels relatifs à la narration peuvent inclure (sans s'y limiter):

- À quelles conséquences pourraient s'exposer les individus ou les groupes ayant contribué à votre histoire ?
- Les risques potentiels sont-ils plus élevés pour certains groupes ou individus avec lesquels vous travaillez ? Les procédures existantes permettent-elles d'atténuer ces risques ?
- Existe-t-il des procédures claires sur la manière dont le contenu est collecté et approuvé avant d'être publié ? Ces procédures sont-elles bien comprises par l'ensemble du personnel et sont-elles systématiquement appliquées ?

- Quels risques les processus actuels de stockage et de classement des images et des informations font-ils courir à votre organisation ou aux contributeurs ?
- Quel rôle les partenaires ou autres tiers jouent-ils dans votre processus de communication ? Possèdent-ils les connaissances, les capacités et l'expérience nécessaires à la mise en œuvre de toute politique ou procédure pertinente ?
- Quels domaines de vos activités présentent un risque plus élevé et sont donc susceptibles de nécessiter des contrôles et une surveillance supplémentaires ?

Il se peut que votre organisation veuille utiliser une matrice d'évaluation des risques, comme celle illustrée ici, pour pouvoir évaluer les niveaux de risque et de probabilité à ce qu'il survienne et les conséquences qui en découleraient.. À partir de là, les stratégies les plus efficaces pour contrer ces risques peuvent être mises en place pour le bien-être de toutes les personnes impliquées.

		CONSEQUENCE		
		Faible	Moyenne	Élevée
PROBABILITÉ	Élevée	Moyenne	Élevée	Élevée
	Moyenne	Faible	Moyenne	Élevée
	Faible	Faible	Faible	Moyenne

Histoire mise en lumière – **Le droit d’être et d’appartenir**

*Fonds mondial pour la mission
de l'enfance (GFC)*

En coulisses

Cette lettre vidéo vise à sensibiliser le public aux expériences et aux droits des adolescentes migrantes, tout en protégeant leur identité et en partageant un puissant message d'amour et de soutien: "Votre vie a beaucoup de valeur. Vos rêves, vos expériences et votre voix comptent. Vous n'êtes pas seules."

La migration offre souvent aux filles et aux jeunes femmes la possibilité d'exercer leur pouvoir et de se construire une vie digne. Il peut s'agir d'une stratégie d'autonomisation pour gagner en indépendance, échapper à la violence et contribuer au bien-être de leur famille. Aujourd'hui, les adolescentes du continent américain vont de l'avant, et leurs parcours ne se résument pas à une seule trajectoire, expérience ou histoire.

Dans le même temps, en raison d'inégalités de genre profondément ancrées, de la xénophobie et de l'absence

de systèmes de protection transnationaux, la migration expose les filles et jeunes femmes à de multiples formes de violence. La migration se traduit par une série de vulnérabilités complexes et sans précédent qui naissent dans les communautés d'origine des filles et qui sont exacerbées tout au long du parcours - et longtemps après.

Cette lettre vidéo a été créée dans le cadre de l'initiative Adolescentes et Migration du Fonds mondial pour l'enfance (GFC) en Amérique centrale, au Mexique et aux États-Unis. Elle a été rédigée et développée par des organisations locales de la société civile faisant partie de l'initiative et a été partagée pour sensibiliser à la Journée mondiale des réfugiés en 2019. En raison de la nature sensible de la migration dans cette région, il était important de respecter et de protéger les identités et les histoires individuelles des jeunes que l'initiative soutient.



Griela, membre d'une organisation partenaire du GFC participant à l'initiative, figure parmi les auteurs de la lettre (GFC).

Director's Cut: Les principes en pratique

- Le processus d'élaboration de la lettre vidéo a mis l'accent sur la collaboration et la facilitation, avec des responsables locaux d'Amérique centrale, du Mexique et des États-Unis qui ont rédigé la lettre à travers leurs propres mots. Le GFC a fourni les ressources pour le tournage et le montage de la vidéo et a ensuite amplifié le message par le biais de ses différentes plateformes numériques.
- La vidéo multilingue a inclus des contributions en anglais, espagnol, tzeltal et tzotzil.
- L'histoire finale est disponible en espagnol et en anglais.
- Les principes de sécurité et ceux visant à "ne pas causer de préjudice" ont été privilégiés au moyen d'une méthode de narration créative - un message de solidarité écrit pour les adolescentes, plutôt que leur mise en scène - qui a permis de sensibiliser sans mettre en danger les identités ou les vies.
- Il s'agit d'un message d'encouragement et de solidarité, affirmant la valeur intrinsèque des filles et leur capacité à réaliser leurs rêves, tout en suggérant qu'elles trouveront des alliés sur leur chemin. Comme indiqué à la fin de la lettre: "marchons ensemble".

Visionnez la lettre vidéo du Réseau transnational pour les filles migrantes à l'adresse suivante:
**[https://
globalfundforchildren.
org/story/the-right-to-
be-and-belong/](https://globalfundforchildren.org/story/the-right-to-be-and-belong/)**

2 JE NE CAUSE
AUCUN
PRÉJUDICE.



Principales astuces pour le principe n° 2

- Évaluez le risque de préjudice pour les contributeurs dans le cadre d'un processus continu, mené en collaboration avec les personnes les plus proches de l'histoire.
- Faites de la sécurité et du bien-être des contributeurs la priorité absolue. En cas de risque de préjudice, représailles ou perte, choisissez toujours de NE PAS raconter l'histoire (ou de la raconter d'une autre manière pour contrer le risque).



PRINCIPE:

La narration digne traite chaque individu en tant que personne à part entière et considère que chaque communauté est dynamique et multidimensionnelle.

Nous sommes tous multidimensionnels.

Principe n° 3.

La narration digne intègre les notions de complexité et de nuance. Elle recherche activement des occasions de modifier les histoires unilatérales sur la pauvreté et la pitié - en partie en montrant que les personnes et les communautés ne se résument pas à leurs problèmes. Chaque individu possède une personnalité, des idées et une voix. Chaque communauté est un écosystème formé de nombreuses composantes en interaction constante et dynamique les unes avec les autres.

La narration digne exige que les contributeurs soient présentés comme étant pleinement dimensionnels et capables de jouer de multiples rôles. Nous disposons tous d'une multitude de relations, de responsabilités et de rôles différents dans nos vies, que ce soit sur le plan professionnel ou personnel. Plutôt que de ne s'intéresser qu'à un seul de ces aspects - ou à une seule circonstance ou un seul incident - la narration digne

propose des descriptions complètes des contributeurs et des contextes dans lesquels ils vivent. Elle s'engage dans des processus à long terme qui reconnaissent que les communautés et les cultures évoluent et changent.

La narration digne assure une représentation authentique et diversifiée des groupes ou communautés. Si un seul type de contributeur est représenté, on court le risque de promouvoir des idées limitées sur les personnes concernées par un problème, sur les caractéristiques d'une communauté ou sur les participants à un programme.

La narration digne ne se limite pas à montrer les difficultés ou privations. Il s'agit de représentations profondes et équilibrées qui renforcent les sentiments de solidarité, de connexion et d'empathie fondés sur notre humanité commune.

Lignes directrices pour le principe n° 3:

La narration digne traite chaque individu en tant que personne à part entière et considère que chaque communauté est dynamique et multidimensionnelle.

POUR FACILITER LA MISE EN PRATIQUE DU PRINCIPE N° 3, VEUILLEZ PRENDRE EN COMPTE CE QUI SUIVIT:

- Les êtres humains ne sont pas des accessoires. Cherchez à approfondir les histoires et profils de manière à mieux rendre compte de l'identité individuelle dans son ensemble. Cela peut être particulièrement nécessaire dans le cas d'histoires impliquant des personnes issues de groupes historiquement exclus.
 - Utilisez différents modes de narration - du film aux photos en passant par les récits audio et écrits - pour vous adapter aux caractéristiques et besoins divers des contributeurs.
 - Vérifiez auprès des contributeurs, partenaires et personnel familier avec la situation que l'image ou l'histoire dépeint une représentation exacte du sujet traité.
- Permettez au public d'en découvrir plus sur le contexte de l'histoire et cela facilement. Par exemple:
 - ▶ Superposez le contenu sous formes courtes et longues, notamment par le biais de liens clairement visibles permettant aux personnes d'accéder à de plus amples informations sur le contexte de l'histoire à partir de différentes sources.
 - ▶ Utilisez différents canaux pour fournir de la profondeur, du contexte et des détails, éventuellement en associant un message sur les médias sociaux à une interview plus approfondie en ligne.



Histoire mise en lumière – **Mama Kwanza** **(“Maman d'abord”)**

The Good Side

En coulisses

Sur le littoral du Kenya se trouvent la ville rurale tentaculaire de Ganze et le site informel urbain très dense de Kibarani, à Mombasa. Mama Kwanza raconte les histoires de ces communautés qui élèvent et éduquent leurs enfants dans un contexte de difficultés communautaires, environnementales et financières. Au fil du film, nous rencontrons les mères qui font face aux défis suivants: les soins, l'apprentissage par le jeu et les produits de première nécessité dont les enfants ont besoin au cours des trois premières années clés de leur vie.

Mama Kwanza, qui a été créé dans le cadre d'une étude ethnographique et d'une collecte de données quantitatives mandatées par la Kays Foundation, vise à porter un regard nouveau sur les 1 000 premiers jours de la vie d'un enfant du point de vue des familles et des communautés.

Eunice porte son enfant dans la séquence d'ouverture de Mama Kwanza (The Good Side).



Director's Cut: Les principes en pratique

- Le film dresse un portrait nuancé et respectueux des mères vivant sur le littoral kenyan, en reconnaissant et comprenant les difficultés auxquelles elles sont confrontées, tout en soulignant les bonnes pratiques parentales, l'apprentissage par le jeu et les liens familiaux solides.
- Mama Kwanza présente, de manière délibérée, les gens comme ayant de multiples facettes et étant complexes. The Good Side est convaincu que cette approche permet au public de se reconnaître dans les éléments communs du quotidien, ce qui contribue à combler les différences perçues.
- Le processus de réalisation du film a largement laissé le temps de discuter du consentement, à plusieurs reprises avec chaque contributeur, afin que les personnes sachent qu'elles avaient la possibilité de changer d'avis, de poser des questions ou de faire part de leurs préoccupations. Ces discussions ont également contribué à renforcer la confiance et l'ouverture d'esprit entre les chercheurs, les réalisateurs et les participants.
- Les conversations et le consentement ont tous été menés par l'intermédiaire d'un traducteur qui a travaillé en étroite collaboration avec l'équipe de Good Side afin de s'assurer que les contributeurs comprenaient parfaitement les principes du consentement éclairé, et pourquoi ce dernier est si important.
- Le film a été créé à partir d'ateliers de collaboration et d'entretiens approfondis et est raconté avec les mots des contributeurs.
- Seuls les prénoms sont utilisés dans le film afin de protéger les contributeurs, sans les déshumaniser.
- L'équipe de Good Side s'est à nouveau rendue auprès des communautés afin d'organiser des ateliers avec les personnes ayant apporté leur contribution et dont les histoires sont racontées. Elle a demandé des avis sur le film avant qu'il ne soit vu par qui que ce soit d'autre, valorisant ainsi les contributeurs en tant que collaborateurs et leur permettant d'approuver avec enthousiasme la représentation de leur vie.

Regardez Mama Kwanza en swahili et en anglais, avec des sous-titres anglais:

- **Version complète de 20 minutes**
- **Version de 6 minutes**
- **Version avec description audio**

Histoire mise en lumière – **Quand les chasseurs deviennent des défenseurs de l'environnement**

*Geetanjali Krishna, India Story Agency
pour Sacred Groves*

En coulisses

L'auteure, Geetanjali Krishna - une amatrice de nature et d'oiseaux - a entendu parler pour la première fois en 2017 de la façon dont des villageois vivant dans des zones reculées du Nagaland, dans le nord-est de l'Inde, étaient passés du statut de braconniers à celui de protecteurs.

Les faucons de l'Amour, qui arrivent par centaines de milliers pour se percher au Nagaland au cours de leur migration épique entre la Mongolie et l'Afrique, étaient autrefois couramment chassés. En fait, la population locale considérait l'arrivée des faucons comme sa "récolte" annuelle. La situation a toutefois changé

en l'espace d'un an, à la suite d'une intervention de conservation communautaire.

Fascinée par ce revirement dynamique, Geetanjali a voulu constater cela par elle-même. Avant de rassembler le contenu, elle a effectué des recherches, s'est entretenue avec des ornithologues pour comprendre l'importance écologique de la migration des faucons de l'Amour et a pris contact avec les défenseurs de l'environnement présentés dans le récit. L'histoire a pris forme au fur et à mesure qu'elle passait du temps dans le village dans le cadre d'un séjour chez l'habitant, en faisant appel à des guides locaux pour visiter les sites de perchage des faucons et en interrogeant les villageois.



Director's Cut: Les principes en pratique

- L'histoire montre que les communautés peuvent changer, se développer et faire évoluer leur propre narration collective.
- Elle vise à contrer les mythes indiens sur l'"exotisme" du Nagaland via une approche journalistique qui accorde une grande valeur au compte rendu factuel des réalités sur le terrain.
- L'auteure a consacré beaucoup de temps à interagir avec la population locale et à nouer les relations nécessaires pour relater des histoires plus nuancées.
- La narration va à l'encontre des stéréotypes courants qui stigmatisent les tribus Naga comme étant des "chasseurs nés". Elle présente plutôt l'histoire plus surprenante de personnes qui chassaient par tradition et qui en sont venues à protéger une espèce.
- Elle rend hommage à un héros du quotidien, Bano Haralu, qui a su dépasser les clichés et concevoir une stratégie de conservation reposant entièrement sur le soutien de la communauté locale.
- La publication de l'histoire contribue à poursuivre l'élan positif vers une initiative qui fournit des moyens de subsistance et les opportunités économiques associées tout en protégeant le faucon.

Lisez l'histoire de Geetanjali, gracieusement proposée par Sacred Groves, à l'adresse suivante:
<https://blog.sacredgroves.earth/when-hunters-become-conservationists/>

3 NOUS SOMMES
TOUS MULTI-
DIMENSIONNELS.



Principales astuces pour le principe n° 3

- **Présentez les contributeurs comme des êtres humains à part entière, qui assument plusieurs rôles et ont des intérêts, des personnalités et des pouvoirs étendus.**
- **Si vous racontez l'histoire d'une communauté ou d'un groupe de personnes, incluez une représentation diversifiée et des détails contextuels afin de montrer plus d'une dimension de cette communauté.**

ZONE DE TEXTE THÉMATIQUE/ LISTE DE CONTRÔLE

Médias sociaux, voyages et narration digne

À l'ère des réseaux sociaux et des voyages internationaux, nous devenons tous souvent des narrateurs. Le fait de parler de voyage sur les réseaux sociaux présente à la fois des opportunités, et des défis, en termes de narration digne. Bien que les voyages et les réseaux sociaux puissent favoriser un rapprochement avec d'autres personnes au-delà des frontières et des cultures, il peut également s'avérer difficile de présenter fidèlement les autres personnes et les environs dans le cadre d'un court message sur les réseaux sociaux. Même si les messages des voyageurs n'avaient pas l'intention de nuire, s'ils ne sont pas soigneusement rédigés, ils comportent souvent le risque de promouvoir des images stéréotypées, de ne pas respecter

le droit à la vie privée des personnes ou d'exploiter les différences de pouvoir. Il existe de nombreux types de voyages et de voyageurs, et les ressources et connaissances dont ils disposent pour raconter des histoires peuvent varier considérablement.

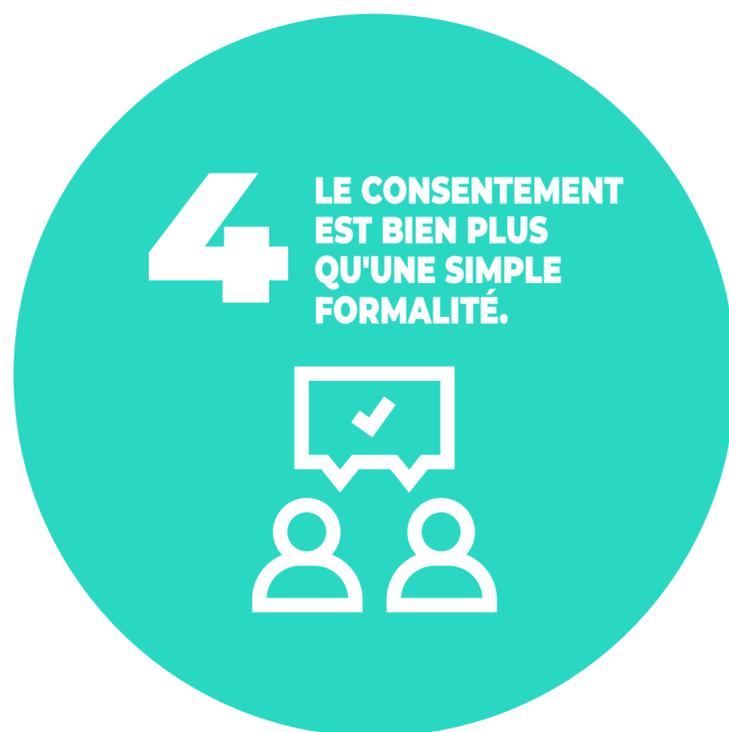
Les conseils prodigués pour chaque principe de ce manuel (ainsi que pour des groupes de personnes spécifiques) sont également pertinents pour les voyageurs qui souhaitent partager leurs expériences via les réseaux sociaux. La liste de contrôle ci-dessous peut être consultée pour vérifier rapidement que les publications sur les médias sociaux sont conformes aux principes de Dignified Storytelling.

Liste de contrôle relative aux réseaux sociaux

- ✓ Interrogez-vous: "Quelle est mon intention en partageant cette publication ?" et "Cela pourrait-il nuire à quelqu'un si je partage cette publication ?".
- ✓ Obtenez le consentement éclairé de la personne figurant sur la photo et/ou de la personne qui s'en occupe. S'il vous faut de l'aide pour expliquer pourquoi vous voulez prendre une photo et de quelle manière elle sera utilisée, trouvez un interprète.¹¹
- ✓ Informez-vous du nom et de la situation des personnes photographiées et demandez si l'information ou l'image peut être partagée.
- ✓ Si possible, offrez une copie à la personne photographiée. Au minimum, montrez-lui la photo pour avoir son consentement.
- ✓ Évitez les généralisations excessives et simplifiées. Joignez une légende répondant aux questions suivantes: qui, quoi, où, quand et pourquoi (à moins qu'il n'y ait des problèmes de sécurité, auquel cas, en tant que voyageur, choisissez de ne pas publier la photo).
- ✓ Faites preuve de respect envers les différentes cultures et traditions, en choisissant de ne pas partager des images qui pourraient offenser les normes locales.
- ✓ Demandez-vous: "Apprécierais-je que l'on me dépeigne de la même manière ?".
- ✓ Évitez les situations et lieux sensibles et vulnérables tels que les hôpitaux et cliniques.
- ✓ Ne vous présentez pas comme le héros de l'histoire véhiculée.
- ✓ Remettez en question les impressions, faites tomber les stéréotypes!
- ✓ Utilisez votre présence sur les réseaux sociaux pour partager des posts d'experts, de narrateurs et d'artistes locaux.
- ✓ Le cas échéant, incluez dans votre légende ou votre profil des liens permettant aux personnes de trouver des articles ou informations plus complets.

Développé à partir de la publication de Radi-Aid intitulée "How to Communicate the World: A Social Media Guide for Volunteers and Travellers" (2017).

¹¹Reportez-vous au principe n° 4 pour plus d'astuces sur la manière de s'assurer que le consentement est éclairé et donné librement.



PRINCIPE:

La narration digne obtient un consentement éclairé, complet et libre de la part des contributeurs.

Le consentement est bien plus qu'une simple formalité.

Principe n° 4.

En tant que fondement d'une narration digne, le consentement des contributeurs doit être librement donné, pleinement éclairé et obtenu avant toute collecte de récits. Le consentement éclairé est bien plus qu'une simple formalité ou qu'un formulaire à remplir. Il s'agit d'un principe éthique essentiel et fondamental de la narration digne. Les images et histoires appartiennent véritablement à ceux qui y figurent, et les contributeurs ont le droit de décider des modalités de partage et d'utilisation de leur histoire.

Du temps doit être consacré à un dialogue continu avec les contributeurs potentiels de manière à leur permettre de réfléchir et de contribuer de manière constructive à la demande de collecte d'histoires. Il est impératif que toutes les parties prenantes concernées comprennent clairement les implications de leur accord pour que leur histoire - qu'elle soit visuelle ou écrite - soit collectée, documentée et partagée en conformité avec leurs souhaits en matière de vie privée ou de confidentialité.

Pour être véritablement informés, les contributeurs potentiels doivent comprendre les points suivants:¹²

- **Pourquoi** le narrateur désire les filmer, photographier ou interviewer (En d'autres termes, l'objectif de la collecte de contenu),
- **Quels** produits de communication en découleront,
- **Comment** et **où** la communication aura lieu (par quels canaux/moyens et avec qui),
- **Pendant combien de temps** leur image et d'autres informations personnelles seront utilisées par le narrateur ou l'organisation,
- Ils ont le droit de retirer leur consentement pour une utilisation ultérieure à tout moment, et
- Comment ils peuvent retirer leur consentement.¹³



¹² Bond People in the Pictures Group, "Putting the People in the Pictures First."

¹³ Il existe des limites au retrait des médias sur Internet, les réseaux sociaux et

le domaine public une fois la publication effectuée, et ces contraintes doivent également être communiquées aux contributeurs potentiels.

Le consentement doit être sollicité à des fins spécifiques et ne jamais être forcé. Le processus d'obtention du consentement doit être adapté selon que l'histoire concerne un groupe ou un individu, un mineur ou un adulte, et en fonction du degré de sensibilité de la situation. Pour remédier à la dynamique de pouvoir inégale présente dans ces conversations, des mesures peuvent être prises, telles que choisir de manière réfléchie la personne chargée de la conversation et le lieu où elle se déroule, car les contributeurs doivent se sentir assez à l'aise pour soulever toute préoccupation ou question.

Le consentement n'est pas éternel, et les contributeurs doivent être conscients de la durée de leur consentement et comprendre leur droit et la procédure de retrait du consentement à tout moment. Les processus de consentement devraient être simples, directs et fondés sur une communication claire.

4 LE CONSENTEMENT EST BIEN PLUS QU'UNE SIMPLE FORMALITÉ.



Lignes directrices pour le principe n° 4:

La narration digne obtient un consentement éclairé, complet et libre de la part des contributeurs.

POUR FACILITER LA MISE EN PRATIQUE DU PRINCIPE N° 4, VEUILLEZ PRENDRE EN COMPTE CE QUI SUIT:

- Les explications relatives au consentement doivent être fournies dans une langue comprise par les contributeurs.
 - ▶ Les interprètes devraient utiliser un langage accessible sans jargon.
 - ▶ Tout formulaire établi par écrit devrait être traduit dans une langue comprise par les contributeurs potentiels. Vérifiez auprès de personnes qui ont une bonne connaissance de la situation et qui maîtrisent la langue en question pour s'assurer que les formulaires sont faciles à comprendre (par exemple le personnel local, des partenaires ou des membres de la communauté).
 - ▶ Ne faites pas de suppositions sur les niveaux d'alphabétisation. Lorsque le niveau d'alphabétisation pose problème, utilisez d'autres options pour recueillir les accords de consentement, par exemple un enregistrement audio.
 - ▶ Dans certains cas - notamment lorsque des contributeurs potentiels (qu'il s'agisse d'enfants, de jeunes ou d'adultes) ne savent pas lire ou écrire, ou si un formulaire est susceptible de susciter la méfiance - il peut s'avérer inapproprié d'utiliser un formulaire écrit. Encore une fois, dans de tels cas, trouvez d'autres moyens de discuter et d'enregistrer le consentement qui soient acceptables pour les contributeurs potentiels.
- ▶ Envisagez de montrer des exemples d'autres histoires similaires pour vous assurer que les contributeurs comprennent ce qui est proposé.
- À de multiples reprises, encouragez les contributeurs potentiels à poser des questions et veillez à ce qu'ils sachent qu'il n'y aura aucune conséquence négative s'ils choisissent de ne pas participer.
- Des preuves du consentement éclairé devraient être recueillies. Comme mentionné ci-dessus, le consentement peut s'obtenir via la signature d'un formulaire, un enregistrement oral ou une application spécifique.
- Considérez le consentement comme un processus comportant plusieurs points de discussion: identification des contributeurs et conversations initiales, dialogue informel autour des projets avec les contributeurs, consentement formel enregistré, suivi auprès des contributeurs.
- Lorsque vous recueillez du contenu auprès d'une personne de moins de 18 ans, sollicitez le



consentement du responsable légal ainsi que de l'enfant. Respectez toujours les lois nationales régissant les conditions d'âge spécifiques pour lesquelles le consentement des parents ou du responsable légal est requis.

- Les processus de consentement en groupe ou en large nombre dépendent de l'âge des personnes impliquées et du caractère sensible ou non du contexte (Voir les suggestions dans le tableau ci-dessous). Il ne devrait pas y avoir de différence de traitement entre les membres du groupe qui ont donné leur consentement et ceux qui ne l'ont pas donné.
- Même en cas de consentement, s'il existe un risque de préjudice, de représailles ou de détresse pour le contributeur, l'image ne devrait pas être utilisée, ou l'histoire ne devrait pas être racontée (Principe n° 2: Je ne cause aucun préjudice).
- Si le risque de préjudice est dû à l'utilisation du nom du contributeur, les narrateurs peuvent opter pour l'utilisation d'un autre nom afin de protéger l'identité et la vie privée de l'individu, en l'indiquant dans la légende ou le texte.
 - ▶ Modifier la voix d'une personne interviewée ou obscurcir / recadrer des images de manière à ne pas inclure des bâtiments, plaques de rue ou points de repère identifiables constituent également des moyens de protéger la vie privée et d'atténuer les risques pour la sécurité.
 - ▶ Les décisions relatives à la révélation ou à la dissimulation de l'identité d'un contributeur devraient être le sujet d'une consultation avec ce dernier et d'autres personnes parfaitement

au courant du contexte. Il convient de toujours respecter les souhaits du contributeur quant à l'inclusion des noms ou des éléments d'identification.

- Avant de procéder à la publication, il convient de demander à nouveau aux contributeurs s'ils sont toujours d'accord (ou non) pour être identifiables dans l'histoire finale.
 - ▶ Il est important que les contributeurs disposent des coordonnées de personnes compétentes qu'ils peuvent contacter en cas de problème survenant après la collecte du contenu et qui aurait une incidence sur le partage de leur histoire. Certaines organisations incluent ces coordonnées dans la carte de remerciement qu'elles remettent aux contributeurs.
- Cherchez à partager les images finales ou l'histoire publiée avec les contributeurs en signe de respect et de relation bilatérale. Le fait de montrer aux contributeurs l'impact découlant du partage de leurs histoires peut également être utile pour réaffirmer leur capacité à faire la différence.
 - ▶ Prenez en considération le temps et les fonds nécessaires pour transmettre les produits finaux aux contributeurs (Par exemple: les coûts d'impression ou d'envoi) et prévoyez-les dans le cadre du budget et des ressources humaines.
- Les contributeurs devraient avoir la possibilité de donner leur avis sur le processus de collecte et de développement des histoires. Et leurs points de vue devraient être documentés et utilisés pour améliorer les pratiques futures.

Le consentement est un processus

1. Identification des contributeurs

Cette étape devrait montrer le contact initial du point focal chargé d'assurer la liaison avec des contributeurs potentiels. Elle vise à décrire de manière informelle l'objectif de la collecte de contenu et à évaluer la volonté initiale de participer. Une note peut préciser que, dans les situations d'urgence, cela peut ne pas être possible et que dans certains contextes non sensibles, cela peut ne pas s'avérer nécessaire.



2. Consentement verbal (dialogue détendu ou informel)

Avant le tournage ou l'interview, le responsable du contenu discute du consentement avec le contributeur.



3. Consentement enregistré

Juste avant ou après une interview ou un tournage, le responsable du contenu prend le temps de montrer aux contributeurs les séquences ou images sur la caméra et de discuter de l'utilisation du matériel. Si le collaborateur accepte que son histoire soit racontée ou que son image soit utilisée, le responsable du contenu explique la preuve du consentement et le contributeur signe le formulaire de consentement ou enregistre son consentement sur un support audio ou vidéo.



4. Suivi

Une fois le contenu recueilli, un membre de l'équipe de collecte de contenu devrait effectuer un suivi auprès du contributeur au moins une fois pour réaffirmer son consentement. Cela implique de vérifier les sentiments du contributeur à l'égard du partage de son histoire et s'il a reçu des commentaires d'autres personnes. L'étape idéale consiste également à assurer un suivi après la publication pour montrer aux contributeurs le produit final et partager les effets de la publication de l'histoire.

Conversations sur le consentement avec des groupes

Type de groupe

ADULTES DANS UN CONTEXTE NON SENSIBLE

Mesures de consentement recommandées

- Passez en revue le processus de consentement éclairé de vive voix avec l'ensemble du groupe.
- Demandez aux individus d'affirmer leur consentement soit en levant la main, soit en signant un formulaire de consentement de groupe.
- Si les signatures individuelles ne sont pas recueillies, alors un représentant du groupe doit signer au nom du groupe (si cela a été convenu avec les membres du groupe).
- Tout entretien individuel ou tournage/photos avec des membres du groupe nécessite un consentement individuel.

ENFANTS DANS N'IMPORTE QUEL CONTEXTE

- Le consentement préalable des parents est requis, avec une preuve de ce consentement. Cela peut être géré de différentes manières (souvent par les écoles). Par exemple:
 - ▶ Accords de consentement existants avec tous les parents, ou
 - ▶ Un retrait du processus de consentement pour les parents.
- Un membre du personnel représentatif peut signer un formulaire de consentement approprié, garantissant que le consentement parental a été obtenu.
- Les enfants devraient également avoir la possibilité d'accepter ou de refuser la photo, le film ou l'histoire grâce à un dialogue adapté à leur âge.

ADULTES DANS UN CONTEXTE SENSIBLE

- Si le contexte est sensible, le consentement individuel des membres du groupe est requis.
- Déterminez avec soin si des mesures devraient être prises pour dissimuler des identités ou les protéger contre tout risque lié au contexte.

FOULES DANS UN ESPACE PUBLIC

- Si un individu est reconnaissable, son consentement éclairé est nécessaire si le contexte de la foule en question révèle des informations personnelles sur cet individu (santé, sexualité, statut de réfugié/asile, convictions politiques, religion) - et en particulier si le contexte est sensible (Par exemple: un centre de dépistage du VIH, un camp de réfugiés ou un rassemblement politique).
- À moins qu'il ne soit possible d'obtenir le consentement éclairé de toutes les personnes reconnaissables et traçables en raison de leurs informations personnelles, les images devraient être prises de manière à ce que les identités individuelles des personnes n'ayant pas donné leur consentement ne puissent être déterminées.

Modèle de formulaire de consentement

Les formulaires de consentement devront être adaptés aux situations et personnes spécifiques - et souvent traduits dans d'autres langues. Ce formulaire est un modèle générique, inspiré par Ethical Storytelling et adapté. Il peut être personnalisé en fonction des besoins.

MODÈLE DE FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Je soussigné(e), _____, comprends que mon histoire, ma photo et ma voix m'appartiennent et je donne par la présente mon autorisation à _____ pour:

[Cocher tous les éléments applicables]

- M'interviewer Me prendre en photo
 Enregistrer ma voix Me filmer

Je comprends que les informations que je fournis peuvent être éditées et partagées immédiatement et à l'avenir avec les publics de l'organisation sur des sites Internet, dans des vidéos et sur d'autres forums publics en ligne (e-mails, sites de réseaux sociaux, newsletters, etc). Je donne mon consentement sous réserve que les conditions suivantes soient remplies:

[Cocher une case]

Mon image est utilisée sans être dissimulée.

Mon image est dissimulée de manière à ne pas révéler mon identité

[Cocher une case]

Mon véritable nom peut être utilisé.

Un pseudonyme est utilisé pour protéger mon identité.

[Cocher une case]

Ma voix est utilisée sans être masquée.

Ma voix est masquée pour protéger mon identité.

Je comprends que les médias partagés sur Internet sont susceptibles d'être partagés et sont accessibles dans le monde entier. J'ai le droit de retirer mon consentement après la production de la vidéo, du site Internet, etc. Mon interview, ma photo, ma voix ou ma vidéo peuvent être utilisées par [organe de presse] pour:

[Cocher une case]

- Une seule fois pour _____ Un an maximum
 Un mois maximum Autre: _____

AUTRES CONDITIONS:

Signature du contributeur / date

Témoin tutélaire (le cas échéant)

Signature de l'organisation

Modèle de formulaire pour les commentaires des contributeurs

Un simple outil permettant de recueillir des commentaires peut s'avérer utile pour recueillir des informations sur les expériences des contributeurs dans le cadre du processus de narration. Les commentaires peuvent être utilisés pour s'assurer que les contributeurs ont leur mot à dire sur les histoires et la façon dont elles sont racontées, ainsi que pour améliorer les pratiques futures. Le formulaire générique présenté ci-dessous peut être modifié pour s'adapter à des situations et des besoins spécifiques.

FORMULAIRE POUR LES COMMENTAIRES DES CONTRIBUTEURS

En vous basant sur votre récente expérience de narration, veuillez évaluer les points suivants:	 Tout à fait d'accord	 D'accord	 Neutre	 Pas d'accord	 Pas du tout d'accord
On m'a demandé mon avis pour la planification de l'histoire.					
J'ai eu la possibilité de choisir le lieu et le moment où j'aimerais être interviewé(e), filmé(e) ou photographié(e), et ce que je voudrais porter.					
Quelqu'un a discuté avec moi de la raison pour laquelle l'histoire était recueillie, de la manière dont elle serait partagée et de la durée pendant laquelle mes informations seraient conservées.					
Quelqu'un a discuté avec moi de la manière dont je souhaiterais être identifié(e) dans l'histoire.					
J'ai eu le temps de poser des questions sur la planification de l'histoire.					
J'ai pleinement consenti à raconter et partager mon histoire.					
On m'a montré l'histoire avant sa publication et j'ai pu donner mon avis.					
La représentation qui est faite de moi et/ou de ma communauté dans l'histoire est exacte.					
La représentation qui est faite de moi et/ou de ma communauté présente une histoire complète (Elle n'est pas trop simplifiée ou trop dramatisée).					
Je suis ravi(e) que le public puisse voir ou lire mon histoire.					

Histoire mise en lumière – **Imaginez la paix**

Ingrid Guyon et Mujer Diaspora

En coulisses

En plus de 50 ans de conflit, des centaines de milliers de Colombiens ont quitté leur patrie pour s'installer dans des pays d'accueil. Alors que le pays est en quête de paix et reconstruit sa mémoire collective, les femmes de la diaspora jouent un rôle crucial dans le traitement de l'héritage de la violence et le regard vers l'avenir. La Commission vérité, mémoire et réconciliation des femmes colombiennes de la diaspora, désormais appelée Mujer Diaspora, entend donner aux femmes les moyens de devenir des agents du changement dans le processus de paix colombien et dans leur pays d'accueil.

Les photographies de cette série ont été créées sur une période de trois ans pour donner aux femmes de la diaspora l'occasion de célébrer leurs réalisations, de faire

entendre leur voix et de témoigner de leur capacité de résilience et de guérison. Le concept de Mujer Diaspora est centré sur l'écoute active, une méthodologie que le collectif a développée au fil des ans afin d'utiliser l'art comme un outil de transformation. Dans le cadre de ce projet, la photographie a joué un rôle essentiel dans le processus de guérison, en aidant à transformer les histoires de guerre en histoires de paix.

Cette série de photographies a été exposée au festival Women and War en 2017, à Londres, à Belfast Exposed, en Irlande du Nord, en 2018, et au London College of Communication, dans le quartier d'Elephant and Castle, à Londres, en 2018.



Director's Cut: Les principes en pratique

- Le processus participatif de création des portraits - utilisant la photographie comme une méthodologie de guérison et de réconciliation - a été considéré comme aussi important (ou peut-être même plus) que le produit final.
 - ▶ Pour reprendre les propos de l'une des femmes photographiées, Elisabeth: "Mon expérience consistant à être photographiée et interviewée a été pour moi l'occasion d'échapper à l'invisibilité, après tant d'années de frustration en tant que victime du conflit colombien. Cela a été une façon de dénoncer, de clamer notre vérité et de demander justice, cela a été un mode de vie, et un moyen de faire vivre ceux qui ne sont plus avec nous. Je me sens maintenant importante et protagoniste de ce processus post-conflit que connaît notre pays."
 - ▶ Et Sofia, sur son expérience du processus: "L'expérience consistant à participer à une séance de photos et à être interviewée a été une nouveauté et m'a fait découvrir une partie insoupçonnée de moi-même. En d'autres termes, cela a contribué à développer ma confiance en moi et mon propre processus d'autonomisation."
- Chaque femme a choisi le lieu où elle souhaitait être dépeinte, a sélectionné l'image et a rédigé le texte accompagnant les photographies. Pour de

nombreuses participantes, il s'agissait de la première occasion de partager leur histoire publiquement et d'y réfléchir d'un autre point de vue.

- Pour chaque exposition distincte des images conservées à ce jour, le consentement a été réaffirmé, en reconnaissant que les états émotionnels et les réalités politiques peuvent changer, ce qui a un impact sur les niveaux de risque associés.
- Avant chaque exposition, le texte accompagnant la photo a également été réexaminé et modifié selon les besoins de chaque femme afin de refléter la nature évolutive des processus de réconciliation et de guérison.
- Des niveaux élevés de confiance et de connexion ont été rendus possibles en partie par les antécédents de la photographe, notamment grâce à des relations de travail antérieures avec les femmes, à une identité commune en tant que femme et à son aptitude à parler espagnol.

Découvrez une sélection de portraits et témoignages de femmes impliquées dans le projet à l'adresse suivante:
<http://www.ingridguyon.com/new-page>



Principales astuces pour le principe n° 4

- **Privilégiez le consentement éclairé, complet et libre comme exigence éthique (et souvent légale) pour une narration digne.**
- **Assurez-vous que les contributeurs comprennent et acceptent le but de la collecte de l'histoire et l'utilisation de l'histoire finale, les implications de sa publication, et leur droit de retirer leur consentement à tout moment (en incluant un processus clair, simple et accessible sur la façon de procéder).**

5 JE NE FAIS PAS PREUVE D'OBJECTIVITÉ (RÉPÉTITION).



PRINCIPE:

La narration digne reconnaît et atténue les préjugés, les stéréotypes, les stigmates sociaux et les différences de pouvoir.

Je ne fais pas preuve d'objectivité (répétition).

Principe n° 5.

La narration digne reconnaît que les préjugés, les stéréotypes, les stigmates sociaux et les différences de pouvoir existent, que nous en soyons conscients ou non. Nous possédons tous des optiques spécifiques, à la fois conscientes et inconscientes, qui orientent la sélection et la mise en forme des histoires. Ces récits se développent au fil du temps et doivent être continuellement réfléchis et remis en question par le narrateur pour déterminer s'ils promeuvent ou bousculent le statu quo dans la façon de voir le monde - et en particulier le monde du développement. Cela suppose de réfléchir aux structures de pouvoir historiques et culturelles, aux questions d'équité et au rôle individuel et organisationnel de chacun dans le maintien ou la remise en question de la manière dont le travail de développement est fourni et communiqué au monde.¹⁴ La narration digne cherche à contester les inégalités et à promouvoir un changement social positif et la réalisation des droits et du potentiel de chacun.

Même dans le cadre d'une collaboration étroite avec les individus et équipes sur le terrain (Par exemple: les équipes des programmes nationaux et/ou les

organisations partenaires), il existe toujours des problèmes de pouvoir et de privilèges en jeu entre les contributeurs locaux, les équipes des programmes ou les organisations partenaires, et le personnel visiteur ou les travailleurs indépendants en communication extérieurs à la communauté ou au pays concerné. Une planification et une communication réfléchies et inclusives sont nécessaires pour mettre en place des stratégies destinées à éviter de perpétuer les stéréotypes, les préjugés et les stigmates sociaux qui sont à la base de l'inégalité et de la discrimination.

La narration digne encourage une réflexion et un dialogue ouverts et continus entre toutes les parties prenantes et tient en haute estime l'expertise et les points de vue locaux. Elle s'engage à inclure et à dépeindre les contributeurs sur un pied d'égalité, plutôt que comme des bénéficiaires passifs d'une quelconque assistance. La narration digne cherche à suivre l'histoire, plutôt que d'essayer de la contrôler, et accepte les changements de perspective susceptibles d'être initiés par le processus de narration.

¹⁴ Jennifer Lentfer, auteure de "The Development Element: Guidelines for the future of communicating about the end of global poverty" au cours d'une série de webinaires en quatre parties intitulée : "[Changing the narrative: Weaving](#)

[#ShiftThePower throughout the #Globaldev sector](#)", et parrainée par le Fonds mondial pour les fondations communautaires.

Lignes directrices pour le principe n° 5

La narration digne reconnaît et atténue les préjugés, les stéréotypes, les stigmates sociaux et les différences de pouvoir.

POUR FACILITER LA MISE EN PRATIQUE DU PRINCIPE N° 5, VEUILLEZ PRENDRE EN COMPTE CE QUI SUIT:

- Reconnaissez les préjugés implicites sans être sur la défensive. Une fois qu'ils sont reconnus, la dynamique de la culture, de la race et du sexe (entre autres) peut être davantage disséquée, comprise, puis traitée.
- Le langage (y compris les textes et images) doit être inclusif et devrait faire l'objet d'un examen attentif pour déceler toute connotation subtile, notamment du sexisme, du racisme et d'autres formes de préjugés.¹⁵
- Mettez en place des facteurs d'atténuation pour réduire les inégalités. Par exemple, en considérant qui prend part aux diverses conversations sur le consentement ou la planification des histoires, et où ces discussions ont lieu.
- Prenez conscience du danger de perpétuation d'un stéréotype et, le cas échéant, choisissez de raconter une histoire différente. Le simple fait qu'un stéréotype

puisse comporter un certain degré de vérité ne signifie pas nécessairement qu'il s'agit de l'histoire devant être dépeinte.

- Recherchez des moyens de mettre en lumière des aspects nouveaux ou inattendus de la vie des personnes - des moments ou histoires authentiques, mais réfutant aussi activement les stéréotypes.
- Si possible, sélectionnez des prestataires extérieurs ou des équipes créatives ayant déjà acquis une compréhension et une expérience des nuances de la situation, idéalement parce qu'ils sont issus du milieu où se déroule l'histoire. Au minimum, demandez aux prestataires potentiels de fournir des échantillons de travail en rapport avec l'histoire et le contexte plus large, démontrant qu'ils sont à même de travailler de manière sensible et inclusive dans ce contexte.
- Si vous êtes en mesure d'embaucher, cherchez à faire appel à des créatifs plus représentatifs et plus diversifiés.

¹⁵ Consultez la rubrique "Lectures complémentaires" de ce manuel pour trouver des liens vers plusieurs outils et guides d'utilisation du langage.



Histoire mise en lumière – **Mon histoire unique** **(Suhael Al Owis)**

Innovation for Development (I4D)

En coulisses

Suhael Al Owis, un entrepreneur syrien et expert en marketing numérique, a partagé son histoire par le biais de Project Zoom, un programme de subventions pour le journalisme d'impact visant à mettre en lumière les histoires qui sont généralement ignorées et soutenu par Impact Hub Istanbul et la Mission des États-Unis en Turquie.

L'histoire de Suhael fait partie de la série de vidéos "Mon histoire unique", conçue par Innovation for Development (I4D). Cette série met en lumière les histoires à succès d'entrepreneurs syriens vivant en Turquie, même s'ils sont confrontés aux préjugés et à la xénophobie. Comme il s'agit d'une série, le projet comporte des portraits approfondis de Syriens, avec divers profils et expériences, qui partagent une résilience similaire ayant contribué à leur succès.

Director's Cut: Les principes en pratique

- Les vidéos s'opposent aux stéréotypes en visant explicitement à raconter des histoires sur les réfugiés qui mettent en évidence la résilience de l'individu et sa capacité à réussir malgré de grands défis.
- L'histoire de Suhael est présentée sous la forme d'un profil approfondi (interview) permettant au public d'avoir un aperçu plus approfondi de l'histoire de sa vie. Cela incite les spectateurs à se détacher de tout préjugé et à faire preuve d'empathie.
- Suhael raconte sa propre histoire et, ce faisant, devient un puissant porte-parole des enjeux auxquels sont confrontés les réfugiés, notamment les questions d'identité, simplement en partageant ses expériences de vie. Selon ses propres termes:

Visionnez l'histoire
de Suhael Al Owis sur
[https://www.youtube.com/
watch?v=kaoaj2hi_xA](https://www.youtube.com/watch?v=kaoaj2hi_xA)

"Le message que je voulais faire passer est que nous devrions traiter les gens individuellement, et non selon le stéréotype auquel sont soumis de nombreux réfugiés, et qui peut souvent s'avérer être faux. Lorsque l'histoire a été partagée, j'ai reçu de nombreux messages de la part de mes élèves, qui ne connaissaient pas ma situation, me disant qu'ils me respectaient et me soutenaient vraiment. Ces messages ont vraiment compté pour moi."

- La langue parlée au cours de l'interview (de l'anglais à l'arabe) permet de mettre en évidence le parcours identitaire de Suhael au sein d'une nouvelle culture, pas toujours accueillante.



Histoire mise en lumière – **Waleed Shah pour la campagne publicitaire Emarat**

En coulisses

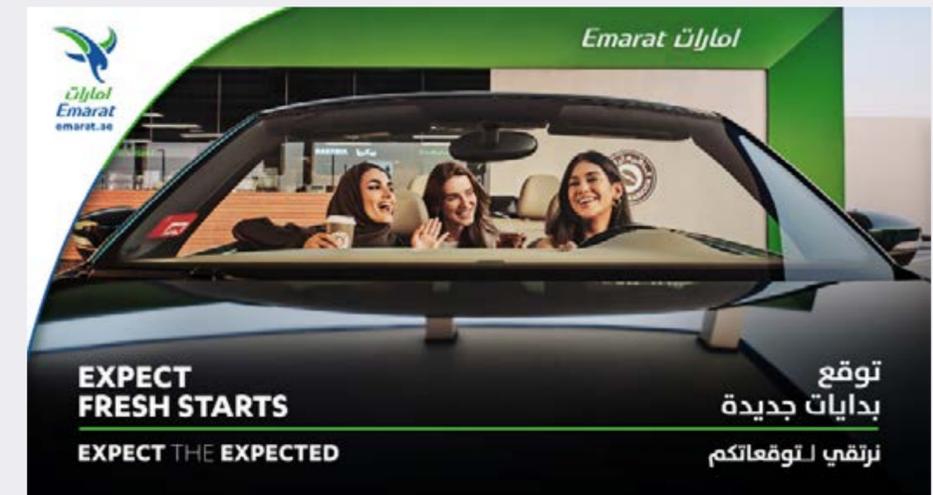
Les photographies ont été prises en 2020 dans le cadre d'une campagne publicitaire pour Emarat, une société pétrolière desservant Dubaï et les Émirats du Nord.

Selon le photographe, Waleed Shah, dans le cas de l'image du haut, les plans originaux prévoyaient un positionnement plus attendu, ou traditionnel, avec l'homme sur le siège conducteur et un élément de flirt dans l'interaction entre les sujets. Waleed a cependant perçu une opportunité de raconter une histoire différente, en modifiant la place du conducteur pour que la femme soit derrière le volant et en dépeignant une dynamique plus détendue et platonique entre les deux personnes.

En ce qui concerne la deuxième image, le plan original prévoyait de placer la femme émiratie sur le siège du conducteur, la femme blanche sur le siège du passager et la femme de couleur sur le siège arrière. Waleed a décidé de remettre en question ce que ce positionnement original communiquait sur le pouvoir en intervertissant les places - cette fois, la femme de couleur en position de pouvoir (le siège du conducteur), la femme émiratie en tant que passagère, et la femme blanche historiquement privilégiée sur le siège arrière.

Director's Cut: Les principes en pratique

- La première photo de la publicité s'attaque aux stéréotypes de genre et aux normes traditionnelles en racontant une histoire moins banale qui place la femme sur le siège conducteur d'une voiture de sport - et avec un langage corporel détendu et confiant.
- Elle bouscule les récits dominants dans de nombreuses publicités sur les relations homme-femme en décrivant une interaction amicale et décontractée entre les individus à bord de la voiture.
- La photographie remet aussi subtilement en question les idées préconçues sur les pompistes en dépeignant un individu joyeux, actif et serein dans son travail.
- La deuxième photo s'oppose aux hiérarchies raciales typiques en montrant la femme de couleur comme la conductrice du véhicule, laissant subtilement entendre que c'est elle qui a le plus de contrôle et de pouvoir.
- Waleed, le photographe, habite aux Émirats arabes unis et est donc bien placé pour comprendre la culture, remettre en question de manière créative les préjugés et contribuer à modifier les perceptions.



La campagne publicitaire pour Emarat s'oppose aux stéréotypes sexuels et raciaux (Waleed Shah).

ZONE DE TEXTE THÉMATIQUE

Le langage de la narration digne

Les terminologies employées pour raconter des histoires sur les problèmes mondiaux sont en constante évolution et varient souvent d'un endroit à l'autre, et d'une culture à l'autre.

Les questions relatives à l'utilisation du langage sont souvent des questions de pouvoir: les détenteurs du pouvoir façonnent le langage utilisé ; le langage peut renforcer les déséquilibres de pouvoir ; et être celui qui nomme quelque chose est un acte de pouvoir. Par conséquent, les choix linguistiques doivent être abordés de manière réfléchie et avec humilité - et avec des efforts actifs pour déplacer l'équilibre du pouvoir et de la représentation vers les personnes figurant dans les histoires. Pour "passer le micro" aux individus afin qu'ils racontent les histoires de leur choix, il convient d'écouter la manière dont ils se réfèrent à eux-mêmes et aux autres membres de leur communauté.

Les choix linguistiques se font le mieux à partir d'une posture d'autoréflexion, en se posant les questions suivantes: *Qui suivons-nous? Qui essayons-nous de satisfaire? Qui est inclus dans nos conversations et notre planification?* →

INFOGRAPHIE - THÈME DES FEUX DE CIRCULATION

FEU VERT - Aller de l'avant.

- Demander proactivement aux contributeurs comment ils veulent être identifiés et/ou se représenter ; utiliser leurs mots et leurs terminologies tant que cela ne cause pas de préjudice aux autres.
- Employer des termes privilégiant la dimension humaine, qui ne désignent pas les personnes par une qualité ou une situation. Par exemple, de manière générale, "enfants vivant dans un camp de réfugiés" est préférable à "enfants réfugiés", ou "personne souffrant d'un handicap" est préférable à "personne handicapée". Il existe cependant des cas où le langage centré sur l'humain peut ne pas être préféré ou universellement accepté. Pour cette raison, il est à nouveau important de toujours demander aux contributeurs le type de langage qu'ils utilisent pour se décrire et de l'utiliser dans la mesure du possible.
- Appeler les personnes par leur nom, à condition que leur sécurité ne soit pas menacée.
- Travailler en étroite collaboration avec les individus et communautés en vue de promouvoir une participation active tout au long du processus de narration, notamment en partageant les choix linguistiques et le contenu avec les contributeurs pour obtenir leur avis.
- Être aussi précis que possible lorsqu'on se réfère à des groupes de personnes afin d'éviter les stéréotypes et rendre le langage plus accessible.
- Chercher à revenir à l'essentiel, en utilisant un langage simple lorsque cela est possible et en évitant tout jargon.
- Sans pour autant éviter les réalités, chercher à mettre l'accent sur les solutions et à travailler à des objectifs communs.

FEU JAUNE - Procéder avec prudence.

- Utiliser des abréviations ou acronymes pour désigner des groupes de personnes peut prêter à confusion et compliquer la tâche. Les abréviations ou acronymes sont rarement utilisés sur le plan universel ou adaptés à tous les contextes et risquent de regrouper diverses populations sous une étiquette inappropriée.

FEU ROUGE - S'arrêter.

- Exacerber les différences de pouvoir ou associer des étiquettes nuisibles aux termes utilisés. Ce qui est considéré comme une terminologie acceptable est susceptible de changer en fonction du contexte et du public. Remettez en question les termes couramment utilisés et demandez conseil aux autres si vous avez des questions.
- Utiliser des terminologies ayant des connotations sexistes ou d'exclusion.
- Supposer des détails sur les personnes figurant dans les histoires - ne supposez pas, demandez.

N'oubliez pas que le langage visuel, qui peut être particulièrement puissant sur les réseaux sociaux, ne peut être séparé du langage écrit et parlé. Les images visuelles doivent faire l'objet du même examen attentif afin de déterminer si elles sont susceptibles d'amplifier la dynamique de pouvoir via les images utilisées et la manière dont elles sont présentées. S'il est impossible que chaque image représente toutes les identités ou expériences, tout le monde devrait, au fil du temps, pouvoir se reconnaître dans les images utilisées dans votre travail ou s'y identifier.

Les glossaires et standards sont importants pour établir les normes relatives à la manière dont nous utilisons le langage. Trois ressources utiles à cette fin sont le [le Guide de style de la presse mondiale](#), le [Glossaire adapté aux médias sur la migration](#), et le [Guide de style conscient](#).

”

Pour "passer le micro" aux individus afin qu'ils racontent les histoires de leur choix, il convient d'écouter la manière dont ils se réfèrent à eux-mêmes et aux autres membres de leur communauté.

5 JE NE FAIS PAS PREUVE D'OBJECTIVITÉ (RÉPÉTITION).



Principales astuces pour le principe n° 5

- Effectuez le difficile travail de réflexion et de reconnaissance de vos propres préjugés et de votre positionnement dans la dynamique de pouvoir existante.
- Réagissez en faisant des choix créatifs délibérés visant à utiliser un langage inclusif et à contester les stéréotypes et la stigmatisation via le choix des histoires à raconter et la manière dont elles sont racontées.



PRINCIPE:
Valoriser les normes sociales, morales
et culturelles locales.

Je fais mes devoirs.

Principe n° 6.

La narration digne aspire à une compréhension approfondie des questions historiques et culturelles afin de guider le processus de narration et constitue une première étape vers l'atténuation des risques de simplification excessive, de sensationnalisme et de stéréotypes. Un engagement visant à communiquer la toile de fond et le contexte de toutes les histoires peut aider les publics à mieux appréhender les facteurs sociaux, économiques, culturels et politiques qui façonnent l'histoire. Cette compréhension plus étendue est importante pour permettre aux publics de dépasser un simple jugement ou de la pitié vis-à-vis de la situation d'un individu, qui ne reflète jamais l'histoire dans son intégralité.

Les normes culturelles ne sont pas homogènes et peuvent même être source de conflits entre les individus, familles et communautés. Une réponse

appropriée à ces dynamiques demande de la sensibilité et de la réflexion. Lors de la collecte du contenu, cherchez à comprendre les fondements sociaux et moraux de la communauté, de la famille ou de l'individu afin d'orienter les interactions avec toutes les personnes impliquées, ce qui permettra d'adopter des décisions et des méthodes de travail mutuellement bénéfiques.

La sensibilité culturelle peut contribuer à identifier et à aborder les actions nécessaires pour aider les contributeurs à réaliser leurs droits d'être activement impliqués dans l'histoire et d'accéder aux informations, les comprendre et s'exprimer à leur sujet. Le contexte local est, dans une certaine mesure, le moteur de la formation et de la consultation qui ont lieu avant, pendant ou après la collecte du contenu et pendant le développement de l'histoire.

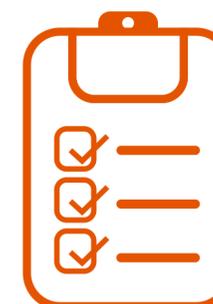
Lignes directrices pour le principe n° 6:

La narration digne valorise les normes sociales, morales et culturelles locales.

POUR FACILITER LA MISE EN PRATIQUE DU PRINCIPE N° 6, VEUILLEZ PRENDRE EN COMPTE CE QUI SUIT:

- Effectuez des recherches. Il incombe aux narrateurs de se renseigner sur les normes culturelles, religieuses et sociales pertinentes susceptibles d'affecter les processus de narration, de prendre en compte ces facteurs et d'y répondre de manière appropriée.
 - ▶ Les informations relatives au contexte peuvent être incluses dans les termes de référence ou dans le briefing de narration. Des informations contextuelles supplémentaires peuvent être recueillies avec le contenu et classées avec les images et histoires, à la disposition de toute personne travaillant sur l'histoire.
- Cherchez à collaborer, sur le terrain, avec des créateurs issus des communautés ou groupes impliqués dans l'histoire, plutôt que de faire appel à des prestataires extérieurs qui pourraient ne pas pleinement comprendre le contexte.
 - ▶ Cela peut inclure l'identification, au sein de votre organisation, de personnes intéressées se trouvant au plus près des histoires et le soutien de leur engagement en matière de narration. Lorsque de nouveaux rôles de narrateurs sont attribués, il est nécessaire que les personnes soient correctement positionnées, formées, reconnues et rémunérées pour leur travail.
- Travaillez de manière respectueuse avec les systèmes établis existants et les groupes possédant une connaissance approfondie et une autorité au sein de leurs communautés.
- Notez que le fait de mettre l'accent sur le contexte ne signifie pas que vous devez fournir trop de détails identifiables sur des groupes ou individus potentiellement à risque. Veillez à protéger l'identité ou la localisation exacte des contributeurs s'il existe un risque (Voir le principe n° 2 "Je ne cause aucun préjudice" et le principe n° 4 "Le consentement est bien plus qu'une simple formalité").

6 JE FAIS MES DEVOIRS.



Histoire mise en lumière – **Voix provenant du terrain**

WaterAid

En coulisses

"Voix provenant du terrain" est le nom de l'équipe de communication mondiale unique de WaterAid, composée de sept responsables de la collecte de contenu (appelés "agents de terrain"), qui recueillent des histoires ordinaires et personnalisées dans les pays où WaterAid intervient.

Le programme aide à établir une communication entre les soutiens à travers le monde et les communautés où WaterAid intervient. Comme les agents de terrain sont originaires du pays où se déroule l'histoire, ils possèdent une connaissance du contexte et de la culture locaux. Ils utilisent leurs compétences en communication pour

établir des liens avec les communautés, en encourageant les contributeurs à partager leurs propres histoires avec le monde. Pour WaterAid, le fait de s'appuyer sur le personnel local pour trouver et raconter des histoires présente de nombreux avantages, notamment en termes de rentabilité, de temps, de transparence accrue et d'authenticité.

Le programme "Voix provenant du terrain" a évolué de manière organique au cours des neuf années qui ont suivi sa création. L'année dernière, les restrictions de voyage dues à la pandémie de COVID-19, l'engagement de WaterAid UK à réduire son empreinte carbone et la

reconnaissance par l'ensemble du secteur de la nécessité d'être plus activement diversifiés et transparents dans les communications adressées au public ont fait que le programme deviendra encore plus central dans la manière dont WaterAid communiquera à l'avenir.



Director's Cut: Les principes en pratique

- Les agents de terrain s'efforcent de rehausser la voix des personnes qui n'ont pas toujours les moyens de se faire entendre: "L'eau, c'est la vie et l'assainissement, c'est la dignité. Nous parlons souvent à des personnes marginalisées que personne n'écoute lorsqu'elles prennent la parole. Nous sommes là pour amplifier leurs voix." *James Kiyimba, Agent de "Voix provenant du terrain", Ouganda.*
- Les histoires du programme "Voix provenant du terrain" sont destinées à fournir aux donateurs une meilleure idée des communautés auprès desquelles WaterAid travaille: "Le programme "Voix provenant du terrain" est très important car nous rapportons et illustrons des histoires, afin que nos soutiens puissent voir l'effet de leur collecte de fonds." *Basile Ouedraogo, Agent de "Voix provenant du terrain", Burkina Faso.*
- Les agents de terrain sont souvent en étroite relation avec les communautés d'où ils tirent leurs histoires: "J'ai grandi dans un petit village et je ne disposais pas d'eau potable. Mon expérience et le fait de voir à quel point la situation peut être mauvaise dans d'autres régions du pays me donnent la motivation nécessaire pour apporter mon aide." *Ernest Randriarimalala, agent de "Voix provenant du terrain", Madagascar.*
- Les agents de terrain privilégient l'écoute et la compréhension et cherchent à communiquer cette philosophie à des publics plus larges: "En écoutant les voix des gens, nous pouvons entendre leurs histoires, leurs combats et leur point de vue sur les défis de la vie. Je pense que cela aide les gens à se comprendre en profondeur." *Dennis Lupenga, Agent de "Voix provenant du terrain", Malawi.*

Découvrez ces histoires tirées de "Voix provenant du terrain":

- Série de Vlogs en provenance du Népal: **"Sur la route avec Mani"**.
- Cuisine à distance: **Une série youtube** de recettes cuisinées par des agents de "Voix provenant du terrain" dans différents pays du monde.
- Journaux durant le confinement: **Une série youtube** sur les expériences des agents de terrain lors du confinement dans leur pays d'origine.

Histoire mise en lumière - **Tisser la reconnaissance**

Droits de l'homme par l'ONU

En coulisses

Les tisseurs mayas du Guatemala se battent pour la protection et la reconnaissance juridiques de leurs motifs et tissus traditionnels. Les textiles mayas font partie de leur ancien patrimoine culturel, avec des références remontant au 13ème siècle. La tradition textile a survécu, en dépit des effets des maladies et des menaces que la colonisation a fait peser sur la culture.

Conscient que l'empiètement sur les droits de propriété intellectuelle collectifs relève du problème plus large de la discrimination et du racisme dans le pays, le Haut-Commissariat des Nations unies aux droits de l'homme a proposé son aide à l'Asociación Femenina para el Desarrollo de Sacatepéquez (AFEDDES), un mouvement

de femmes tisseuses mayas traditionnelles basé dans le département de Sacatepéquez, dans sa lutte pour faire pression en faveur d'un droit d'auteur sur leurs motifs traditionnels.

En octobre 2017, la Cour constitutionnelle du Guatemala a reconnu les préoccupations des tisseuses et a exhorté le Congrès de la République à créer une protection législative. Cette législation protégera les tisseuses et leur permettra d'exercer leurs droits en tant que créatrices collectives, de briser l'inégalité des revenus qu'elles perçoivent, et de renforcer et protéger l'art des femmes autochtones mayas.

Director's Cut: Les principes en pratique

- L'histoire salue l'importance du tissu en tant que symbole de la résistance culturelle des peuples autochtones de la région, reconnaissant que les textiles constituent un moyen de conserver des connaissances culturelles qui étaient souvent jugées illégales à l'époque coloniale.
- Les voix des autochtones sont amplifiées et une plateforme leur est offerte pour raconter leur histoire. Les protagonistes et les principales activistes de l'histoire sont les femmes autochtones mayas, en particulier les tisseuses, qui œuvrent à la protection de leur patrimoine intellectuel collectif.





María Teodora Hernandez tisse un Huipil (une chasuble brodée portée par les femmes autochtones) à l'aide d'un métier à tisser à ceinture (Santiago Billy/OHCHR).

- Le récit respecte comme il se doit le contexte historique de l'histoire, en associant les événements actuels aux informations de fond pertinentes.
- Les photos bien légendées, combinées au texte narratif, dépeignent une communauté dynamique et multidimensionnelle, avec des traditions profondes et superbes qui méritent d'être protégées et perpétuées.

Retrouvez l'histoire complète "Tisser la reconnaissance" sur <https://unhumanrights.exposure.co/weaving-recognition>

6 JE FAIS MES DEVOIRS.



Principales astuces pour le principe n° 6

- Effectuez des recherches sur le contexte historique et culturel de l'histoire et incluez des informations de fond pertinentes dans l'histoire, en consultant des experts et des personnes avec une expérience vécue, pour contribuer à garantir l'exactitude et l'authenticité.
- Privilégiez le travail avec des créatifs disposant d'une connaissance approfondie de la culture et du contexte, idéalement parce qu'ils sont originaires du lieu où se déroule l'histoire.

**PRINCIPE:**

La narration digne prend en compte l'impact des histoires sur les individus, les communautés et l'environnement naturel.

Je suis empathique.

Principe n° 7

La narration digne privilégie une réflexion approfondie sur les implications à court et à long terme de chaque choix d'histoire - pour les individus, la communauté au sens large, et l'environnement. Cette réflexion devrait étayer à la fois la planification et le développement de l'histoire, avec une ouverture d'esprit pour ajuster les plans, les processus et les récits afin de contribuer à un impact positif.

La narration digne encourage les narrateurs à recourir à des "contrôles d'empathie" tout au long du processus de narration, en particulier avant la publication, en se demandant s'ils se sentiraient à l'aise de partager l'histoire visuelle ou écrite s'il s'agissait d'une représentation d'eux-mêmes ou d'une personne qui leur est proche. S'imaginer à la place du contributeur peut aider les narrateurs à considérer l'impact potentiel

de l'histoire d'un point de vue plus profond et plus personnel et à faire des choix en conséquence.

Au-delà des narrateurs individuels, il existe une responsabilité organisationnelle plus large contribuant à garantir un impact positif pour tous. La culture organisationnelle peut promouvoir l'idée que la défense d'une narration digne relève de la responsabilité de tous les membres du personnel. Les politiques et procédures organisationnelles devraient également stipuler des points de contrôle de l'impact potentiel des histoires sur les contributeurs et leurs familles. Des comités de rédaction, constitués de représentants divers, peuvent contribuer à garantir la prise en compte de points de vue multiples lors de l'examen de l'impact potentiel d'une histoire.

Privilégier la sécurité, l'autonomisation et le respect des contributeurs

Les trois questions suivantes peuvent être posées tout au long du processus de planification, de collecte, de développement et de publication de l'histoire afin de contribuer à garantir un impact positif de l'histoire. Une réponse négative à l'une de ces questions indique que les plans ou l'orientation de l'histoire doivent être repensés, en collaboration avec les partenaires et contributeurs.

1.

Comment le partage de cette histoire impactera-t-il la **sécurité** du contributeur ?

2.

Comment le partage de cette histoire impactera-t-il le **pouvoir** du contributeur ?

3.

Comment le partage de cette histoire impactera-t-il le **sentiment de respect** du contributeur - par rapport à lui-même et aux autres ?

Lignes directrices pour le principe n° 7:

La narration digne prend en compte l'impact sur les individus, les communautés et l'environnement naturel.

POUR FACILITER LA MISE EN PRATIQUE DU PRINCIPE N° 7, VEUILLEZ PRENDRE EN COMPTE CE QUI SUIT:

- En plus des questions posées dans la zone de texte, réfléchissez aux questions ci-dessous (lors de la planification, de la collecte, du traitement et de la publication d'une histoire), en prenant des mesures pour remédier aux lacunes ou préoccupations apparaissant au cours de la réflexion:¹⁶
 1. Qui parle?
 2. Pour qui?
 3. Au sujet de quoi?
 4. Dans quel but?
 5. Que manque-t-il?
- Prenez contact avec les contributeurs après la publication de l'histoire et demandez-leur: "Qu'avez-vous ressenti en voyant l'histoire ?" ou " Comment avez-vous ressenti le fait que votre histoire soit vue par d'autres personnes ?". Utilisez ces réponses et ces commentaires pour orienter les actions futures.
- Abordez les contenus potentiellement sensibles par des techniques créatives telles que l'utilisation d'illustrations plutôt que de photographies, des modes de narration différents (par exemple, un podcast plutôt qu'une vidéo), ou des manières de cadrer l'image.
- Prêtez attention au calendrier de publication et envisagez de différer l'histoire si le climat n'est pas favorable ou susceptible d'être réceptif. Par exemple, si un événement d'actualité ou l'atmosphère politique justifie de reporter, au moins temporairement, l'histoire à une date ultérieure où elle sera probablement mieux reçue, avec un impact positif pour les contributeurs.
- Trouvez des plateformes et des opportunités pour utiliser les histoires et la narration comme un outil permettant d'apporter des changements positifs - dans la vie des contributeurs, des communautés, des autres parties prenantes et des publics.

¹⁶ Paraphrase de Solomé Lemma, Thousand Currents, comme souligné dans "Changing the narrative: Weaving #ShiftThePower throughout the #Globaldev sector", animé par Jennifer Lentfer et parrainé par le Fonds mondial pour les fondations communautaires.

Histoire mise en lumière - **Hyène**

*Gareth Benest,
Transparency International,
et Gambia Participates*

En coulisses

"Hyène" est un court documentaire créé dans le cadre d'un projet vidéo participatif en Gambie. Il documente la corruption généralisée de l'ancien dictateur Yahya Jammeh et de son régime, qui, selon les estimations, ont dérobé près d'1 milliard de dollars de fonds publics au plus petit pays d'Afrique continentale.¹⁷ Le film montre l'impact humain et sociétal de la grande corruption - l'abus de pouvoir de haut niveau, au profit de quelques-uns et au détriment du plus grand nombre¹⁸ - sur une minuscule nation africaine et son économie fragile.

Le film a été conçu, filmé et réalisé par un groupe de 11 citoyens gambiens à l'occasion d'un projet vidéo participatif en juillet 2019. Un groupe diversifié de citoyens

- notamment des femmes et des hommes, des personnes âgées et des jeunes, des professionnels instruits et des personnes peu ou pas alphabétisées, des victimes de violations des droits humains, et des étudiants souffrant de handicaps physiques dus au régime brutal - ont été invités à participer au projet et à partager leurs histoires. Aucun des participants n'avait d'expérience dans la réalisation de films ou le journalisme avant le projet. En sillonnant le pays, les participants ont documenté leurs histoires et celles des autres membres de la communauté touchés par la corruption du régime.

Ce projet vidéo participatif a été encouragé par Gareth Benest au nom de Transparency International, le mouvement mondial œuvrant pour mettre fin à la corruption, en partenariat avec Gambia Participates, une organisation de la société civile dirigée par des jeunes visant à renforcer la transparence et la responsabilité en Gambie.



Hyena

Capture d'écran de la scène d'ouverture de "Hyène", un projet de film participatif basé en Gambie (Gareth Benest).

¹⁷Organized Crime and Corruption Reporting Project, "The Great Gambia Heist," (mars 2019).

¹⁸Transparency International, "Grand Corruption," www.transparency.org/en/our-priorities/grand-corruption

Director's Cut: Les principes en pratique

- Les participants ont acquis les compétences nécessaires pour concevoir, planifier et produire leurs vidéos de manière collaborative par le biais de jeux et d'exercices facilités, destinés à permettre à quiconque de participer, indépendamment de son expérience, de son niveau d'alphabétisation, de son éventuel handicap ou de tout autre obstacle à la participation.
- Les participants étaient à la fois les sujets et les gardiens de leurs histoires, ce qui leur a permis de déterminer l'accès et de contrôler le cadre de leurs histoires. En plaçant les moyens de narration entre les mains de catégories sociales historiquement défavorisées, le projet a été en mesure de modifier les perceptions et de remodeler la représentation.
- Le consentement éclairé a été obtenu au moyen de techniques de consentement par vidéo recueillies en plusieurs étapes. Dans le cas présent, des consentements écrits (formulaires de décharge) ont également été exigés par les partenaires du projet, en complément des enregistrements vidéo de consentement.
- Le film a fourni une plateforme aux citoyens ordinaires leur permettant de partager leurs histoires

et de plaider pour les changements nécessaires visant à garantir que les futurs gouvernements ne puissent pas voler les ressources du pays. Les impacts les plus immédiats et concrets du projet incluent les éléments suivants:

- ▶ Le film a été officiellement soumis à la Commission Vérité, Réconciliation et Réparations (TRRC) à titre de preuve et est utilisé par la commission afin de préparer des recommandations pour le gouvernement.
- ▶ Deux participants (Yusupha Mbye et Abdul Karim Jammeh) ont témoigné devant la TRRC au sujet des manifestations étudiantes de 2000, au cours desquelles ils ont tous deux été blessés par balle par la police et ont présenté des blessures importantes. Les deux hommes se sont vus privés d'un traitement médical adéquat par l'ancien régime, ce à quoi le gouvernement actuel n'a pas remédié non plus. Suite à leurs témoignages auprès de la TRRC, les deux hommes ont été transférés par avion en Turquie pour recevoir les soins chirurgicaux dont ils avaient besoin depuis 20 ans. Yusupha et Abdul

sont tous deux convaincus qu'ils n'auraient pas reçu ce traitement sans le projet vidéo participatif.

- ▶ Alagie Sonko (participant) est un ancien membre du système judiciaire qui a été démis de ses fonctions par la force par le régime. Le public a vivement réagi à son histoire d'injustice et à la déchéance subie par sa famille. Le pouvoir judiciaire actuel prend donc des mesures pour compenser ses années d'inactivité économique et envisage de le réintégrer dans ses fonctions de shérif adjoint.

Vous pourrez en apprendre davantage sur le projet et regarder "Hyène" sur <https://www.equals.org.uk/corruption-human-rights>

Histoire mise en lumière - **Mentorat pour les jeunes narrateurs**

*Conseil nordique pour la
coopération mondiale (NCGC) et
StoryCentre Canada*

En coulisses

En 2021, le Conseil nordique pour la coopération mondiale (NCGC) a lancé un nouveau programme de mentorat en narration, une occasion réelle pour les jeunes de 21 à 30 ans du Nord du Canada et du monde entier de s'immerger dans le pouvoir de la narration et d'apprendre à créer des histoires pour susciter le changement.

Dans la première partie du programme, les jeunes participants du Nord ont bénéficié d'une formation de base sur l'importance et le pouvoir de la narration, notamment sur la culture et l'histoire de la narration d'un point de vue autochtone, animée par Louise Profeit-LeBlanc, narratrice et détentrice du savoir de la Première Nation des Na-Cho Nyak Dun.

Les jeunes du Nord ont ensuite été rejoints par des jeunes représentants de FRIDA, le réseau d'organisations féministes populaires du Young Feminist Fund, d'Amérique du Sud (Brésil, Bolivie) et d'Afrique du Nord, de l'Est et du Sud (Égypte, Kenya et Mozambique) pour une série d'ateliers de narration organisés par StoryCentre Canada. Ces ateliers ont intégré des techniques d'écriture créative, d'histoire orale et multimédias afin de créer des histoires propices à un changement social.

Afin de privilégier la sécurité et l'anonymat des participants et de leurs histoires, les jeunes eux-mêmes ont été accompagnés pour déterminer s'ils souhaitaient partager leurs histoires numériques de manière publique.

”

"Les voix et les histoires de nos ancêtres continuent, de nos jours, à faire une différence dans le monde, en nous rappelant à tous notre histoire noble et notre proximité continue avec la terre où ces histoires trouvent leur origine. Ces histoires nous indiquent qu'en tant que descendants, nous pouvons continuer à nous laisser guider par les mots de nos ancêtres, sachant que l'histoire est au cœur, et constitue le fondement même, de l'éducation, de la construction et de l'avancement de la civilisation pour les générations futures."

~ Louise Profeit-LeBlanc, gardienne d'histoire

Val Kwena, une jeune narratrice du programme, vit à Nairobi, au Kenya, et est cofondatrice de Making A Difference Sisters, une organisation communautaire consacrée au bien-être des filles et des femmes (NCGC).



Director's Cut: Les principes en pratique

- Le programme a été conçu autour de la conviction que les jeunes sont les experts de leurs propres histoires et que leurs histoires comptent.
- Il repose sur le postulat que chacun a une histoire - ou plusieurs histoires - à partager. À partir de ce point de départ, le programme offre un soutien et un mentorat pour permettre aux jeunes de créer leurs propres histoires.
- Le programme aide les jeunes à mieux comprendre la narration, le pouvoir de la tradition orale et la relation entre l'histoire, la préservation des langues, la culture et la terre, notamment en écoutant les histoires transmises de génération en génération par la gardienne d'histoires Louise Profeit-LeBlanc.
- Il présente les histoires comme un outil permettant de plaider en faveur d'un changement de politique et de faire prendre conscience des problèmes qui revêtent une importance à la fois locale et mondiale.
- En travaillant ensemble, les jeunes du monde entier ont la possibilité de développer les relations profondes et la compréhension interculturelle nécessaires à la compréhension transformationnelle et au changement.
- Bien que les histoires numériques créées dans le cadre du projet soient importantes, elles représentent un produit, et non pas un aboutissement. L'accent est plutôt mis sur la création d'histoires, le développement de la confiance et des relations, et les processus d'apprentissage.

Vous pouvez visionner une vidéo créée par la jeune narratrice Nohely Guzmán Narváez, cofondatrice de Jasy Renyhê, une organisation écoféministe basée à La Paz, en Bolivie, sur <https://www.youtube.com/watch?v=QQaXcDX2ncA>

7 JE SUIS
EMPATHIQUE.



Principales astuces pour le principe n° 7

- Procédez à des "contrôles d'empathie" tout au long du processus de narration, en particulier avant la publication, en vous demandant si vous seriez à l'aise à l'idée de partager l'histoire visuelle ou écrite s'il s'agissait d'une représentation de vous-même ou d'une personne qui vous est proche.
- Trouvez des plateformes et moyens de faciliter l'utilisation des histoires et de la narration en tant qu'outil permettant d'avoir un impact positif.



PRINCIPE:
La narration digne traite et gère le contenu de manière responsable, conformément aux directives et lois existantes en matière de protection des données.

Je protège les données des autres comme s'il s'agissait des miennes.

Principe n° 8

La narration digne respecte et observe strictement les lois et réglementations nationales ou régionales applicables au stockage et à la publication d'histoires. De nombreux pays et régions ont mis en place des lois et dispositions relatives à la protection de la vie privée et des données. Par exemple: le règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'Union européenne, la Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) du Brésil, la loi sur la protection des données personnelles (PDPA) de Singapour ou la loi sur la protection des informations personnelles (PIPL) de la Chine. Les organisations et narrateurs collaborent souvent avec des avocats, en particulier s'ils entreprennent des missions dans

un grand nombre de régions ou de pays, afin de s'assurer qu'ils respectent toutes les exigences légales pertinentes.

Lorsque le consentement est accordé pour une histoire, il est raisonnable qu'il soit assorti d'une limite de temps ou d'une date d'expiration, devant être convenue entre toutes les parties. La preuve du consentement et les autres informations personnelles doivent être stockées de manière sécurisée, et les informations relatives aux personnes ne devraient pas être conservées au-delà de la période nécessaire à l'objectif pour lequel elles ont été collectées.

Lignes directrices pour le principe n° 8:

La narration digne traite et gère le contenu de manière responsable, conformément aux directives et lois existantes en matière de protection des données.

POUR FACILITER LA MISE EN PRATIQUE DU PRINCIPE N° 8, VEUILLEZ PRENDRE EN COMPTE CE QUI SUIT:

- Bien qu'il n'y ait pas de délai imposé pour la conservation ou l'utilisation du contenu, il s'agit d'un point sur lequel le narrateur et les contributeurs doivent se mettre d'accord lors de la délivrance du consentement formel.
- Si vous travaillez pour une organisation, il incombe à cette dernière d'établir les politiques et procédures de stockage et de gestion des données et de responsabiliser l'ensemble du personnel - ainsi que les prestataires extérieurs, les stagiaires, les bénévoles ou toute autre personne impliquée dans l'organisation - quant au respect de ces conditions.
- La preuve du consentement éclairé devrait être conservée pour toute la période pendant laquelle les narrateurs ou l'organisation traitent les données personnelles reposant sur ce consentement.
 - ▶ Les organisations devraient disposer d'un système de stockage des données permettant de relier la preuve du consentement aux fichiers du contenu (qui peuvent inclure des images, des notes ou des études de cas). Toutefois, la preuve du consentement, qui contient des informations personnelles, doit être sécurisée et ne doit pas être accessible à tous les utilisateurs.
- Au terme de la période de consentement, il est recommandé de supprimer les images. Cependant, si elles sont conservées pour une utilisation future avec un consentement réaffirmé, ces images - ainsi que les images pour lesquelles il existe un consentement actif - doivent être stockées avec les données contextuelles pertinentes.
- Si le consentement n'a pas été accordé, l'image devrait être supprimée de toute base de données afin d'éviter toute utilisation future par inadvertance.

Dix métadonnées clés

Pour chaque contributeur clairement visible sur les images enregistrées, Oxfam recommande d'inclure les 10 métadonnées suivantes:

- | | |
|---------------------------------|-------------------------------------------|
| 1 nom complet | 6 situation géographique |
| 2 pseudonyme (le cas échéant) | 7 description du travail lié au programme |
| 3 date de naissance | 8 nom/numéro du projet |
| 4 légende | 9 organisation partenaire |
| 5 date du recueil de l'histoire | 10 créateur d'images/ agence |

Par Siobhan Warrington et Wouter Fransen, "Ethical Content Guidelines: Upholding the rights of the people in the pictures in content gathering, management, and use," (Oxfam, 2020).

8

JE PROTÈGE LES
DONNÉES DES
AUTRES COMME
S'IL S'AGISSAIT
DES MIENNES.



Principales astuces pour le principe n° 8

- Respectez toutes les lois et réglementations nationales ou régionales en vigueur concernant le stockage et la publication des histoires.
- Convenez avec les contributeurs de la durée de conservation ou d'utilisation d'une histoire.



PRINCIPE:

La narration digne dépeint les réalités avec précision et authenticité.

La vérité prime sur les gros titres.

Principe n° 9

La narration digne présente des portraits honnêtes et fidèles d'individus et de communautés de manière à permettre une meilleure compréhension du contexte, en accordant l'attention nécessaire aux défis et opportunités de toute situation. La narration ne doit pas craindre d'assumer les difficultés de l'histoire pour raconter de simples récits de réussite. Les contributeurs sont de véritables personnes, et le public mérite de connaître leurs véritables histoires.

La narration digne ne permet pas de manipulations numériques ou de modifications d'une histoire visuelle ou écrite qui changeraient le sens ou les connotations du contenu original. Bien que des modifications générales (recadrage ou simples corrections de couleur)

soient acceptables, le fait de chercher à influencer indûment le récit - par exemple en renforçant les impressions de pauvreté ou de négligence - ne l'est pas et met en péril la crédibilité de l'histoire.

Le travail en étroite collaboration avec les contributeurs et créatifs locaux, pour découvrir et façonner le récit, mène aux histoires les plus authentiques. Ils sont les mieux placés pour fournir des informations et des points de vue nuancés sur leurs réalités vécues. Les contributeurs connaissent leurs propres besoins - ainsi que ceux de la communauté - et ils sont également les mieux placés pour proposer des solutions réalistes dans leur contexte.

Lignes directrices pour le principe n° 9:

La narration digne dépeint les réalités avec précision et authenticité.

POUR FACILITER LA MISE EN PRATIQUE DU PRINCIPE N° 9, VEUILLEZ PRENDRE EN COMPTE CE QUI SUIT:

- Travaillez avec des interprètes expérimentés en mesure de vous aider à saisir avec précision le contenu sans jargon et dans l'esprit dans lequel il est transmis.
- Les citations directes doivent conserver le sens, l'émotion, le contexte et l'authenticité des propos du contributeur et ne devraient pas être modifiées pour répondre aux objectifs de communication.
- Si possible, réalisez un enregistrement audio des entretiens afin de pouvoir retrouver les propres mots des contributeurs, en cas de besoin.
- Lorsque vous traduisez dans une autre langue, vérifiez toujours l'exactitude et assurez-vous que les histoires sont communiquées dans un langage culturellement approprié.
- Les sous-titres devraient utiliser le discours direct à la première personne et ne devraient pas être résumés.
- Les légendes devraient répondre aux cinq questions suivantes: que voyez-vous sur l'image, qui, où, quand et pourquoi.¹⁹
- En cas de présence d'un élément de montage ou de mise en scène dans les photographies ou films, tout doit être mis en œuvre pour capturer la réalité de manière authentique. Ne faites pas passer pour réelles des scènes qui ne se produiraient pas dans la vraie vie.
 - ▶ Toute manipulation créative ou fictive d'une histoire ou image doit clairement indiquer qu'il ne s'agit pas d'une tentative de représentation de la réalité.
- Si vous faites appel à un ou plusieurs mannequins ou acteurs pour la photographie ou le film, le public doit en être informé, et les conseils en matière de communication et de consentement devraient toujours être suivis.²⁰
- Évitez de réaliser des images d'une personne depuis un point haut, car cela tend à véhiculer une impression de vulnérabilité ou de besoin.
- N'effectuez pas de recadrage, de retouche, de coloration ou toute autre action accentuant la perception de pauvreté ou d'abandon. Par exemple, ne modifiez pas les teintes en les rendant plus ternes/sepia ou plus vives/colorées pour faire paraître la situation pire, ou meilleure, qu'elle ne l'est.
- Ne créez pas d'"histoires mixtes" où les récits de plusieurs personnes différentes sont fusionnés en une seule histoire généralisée, car cela peut déshumaniser les contributeurs individuels et leurs situations personnelles.
- N'utilisez pas l'image d'un individu ou d'un groupe d'individus pour illustrer une histoire ou un problème qui n'a rien à voir avec eux.
- Évitez d'utiliser des images d'un lieu pour illustrer une histoire se déroulant dans un autre endroit, à moins que vous ne puissiez le mentionner clairement dans la légende (qui devrait alors préciser la date et le lieu associés à la photo).
- Travaillez en étroite collaboration avec les contributeurs pour découvrir et façonner l'histoire, et vérifiez avec eux la version finale afin de garantir une représentation exacte et authentique.

¹⁹ Exception à la règle de la légende: s'il existe des risques associés à la divulgation du nom, du lieu ou de la situation d'une personne, ou à des images d'enfants, n'incluez pas d'informations d'identification dans la légende; par exemple le lieu

exact ou le nom de famille des parents.

²⁰ Cela peut même s'avérer préférable si vous travaillez avec des personnes ou populations vulnérables, afin de minimiser la collecte d'informations personnelles

et de réduire les risques pour les véritables victimes. Si le mannequin ou acteur est mineur, il convient de suivre toutes les politiques pertinentes en matière de protection de l'enfance.

Histoire mise en lumière - **Mon lieu d'appartenance** *The Freedom Story (TFS)*

En coulisses

"Mon lieu d'appartenance" est l'histoire de deux frères prenant part au programme de bourses de The Freedom Story. Ils ont partagé leur histoire pour susciter une prise de conscience de l'apatridie en Thaïlande ainsi que de l'impact du travail de The Freedom Story.

Les garçons parlent de leur enfance, du fait qu'ils ont grandi sans papiers ni statut légal et qu'ils ont perdu leurs parents, et de l'incroyable labeur qu'ils ont dû fournir pour subvenir à leurs besoins pendant leur scolarité.

Director's Cut: Les principes en pratique

- The Freedom Story a directement travaillé avec les frères pour qu'ils racontent leur propre histoire, en faisant appel à un traducteur compétent et en suivant les indications des contributeurs au fur et à mesure de l'élaboration du film.
- Les plans initiaux visant à interviewer directement les frères ont été modifiés, et Freedom Story a plutôt travaillé par l'intermédiaire du mentor des frères, car c'est de cette manière qu'ils se sentaient le plus à l'aise. Des caméras ont donc été placées avec les garçons et leur mentor, et un téléphone se trouvait dans la pièce pour écouter la vidéo par le biais de la traduction et pour suggérer des questions que le mentor pourrait poser aux garçons.
- Au départ, dans la vidéo, le visage des frères n'apparaît pas dans le cadre. Au fur et à mesure qu'ils racontent leur parcours pour trouver un lieu d'appartenance, le cadre se déplace pour révéler leur identité complète.
- Le partage de la vidéo a fait l'objet d'un consentement éclairé et complet.
- Les frères ont pu donner leur avis sur la vidéo avant sa publication, et Freedom Story a modifié certains éléments de post-production en fonction de leurs commentaires.

Deux frères racontent leurs expériences liées à l'apatridie en Thaïlande dans "L'endroit auquel j'appartiens" (TFS).

Visionnez "Mon lieu d'appartenance" sur <https://vimeo.com/193951625>



Histoire mise en lumière - **L'histoire de Jamil**

Haut Commissariat des
*Nations unies pour les
réfugiés (UNHCR)*

En coulisses

L'histoire de Jamil a été racontée dans le cadre d'un partenariat entre le bureau de l'UNHCR au Pakistan et l'unité des partenariats avec le secteur privé de l'UNHCR dans la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord (MENA), lors de la campagne Global Ramadan 2021. Jamil, 34 ans, est une figure bien connue de sa communauté: il s'agit d'un réfugié afghan né au Pakistan qui a surmonté des difficultés pour jouer un rôle de premier plan dans le soutien d'organisations caritatives locales et dans l'aide aux personnes souffrant de handicaps.

L'équipe de l'UNHCR au Pakistan a passé plusieurs jours avec la famille de Jamil, prenant des notes détaillées et recueillant des heures de séquences brutes. La création du produit final a impliqué une étroite collaboration entre les deux bureaux, la discussion du message dans le cadre de l'objectif plus large de collecte de fonds pour les réfugiés pendant le Ramadan, et l'échange de plusieurs ébauches pour des retours et consultations garantissant une exactitude, et de la dignité pour Jamil.



Jamil et le chef du sous-bureau de l'UNHCR à Peshawar, Bernard, se rencontrant à l'occasion de la Journée mondiale des réfugiés 2021 (UNHCR/Zikrea Saleah).

Director's Cut: Les principes en pratique

- Jamil raconte une grande partie de son histoire. La vidéo le dépeint dans sa réalité quotidienne, parlant ouvertement des défis auxquels il a été confronté ainsi que de ses triomphes.
- La vidéo finale souligne la détermination et la force de Jamil. En fait, c'est sa générosité et son engagement envers sa communauté qui font la plus forte impression, plutôt que toute étiquette que la société pourrait lui coller. Comme le décrit Jamil en racontant son histoire, "La faiblesse est ma force. Je pense que rien n'est impossible dans ce monde si on est honnête et déterminé à atteindre ses objectifs. Ma devise est de "servir l'humanité", et je compte veiller à ce que tout le monde ait accès aux écoles et à de meilleures opportunités en matière d'éducation."
- Tout en faisant part du soutien que Jamil a reçu de l'UNHCR, l'histoire célèbre les contributions significatives qu'il a pu apporter en tant que héros du quotidien.
- La vidéo finale a été partagée avec Jamil avant la publication afin d'obtenir son approbation, et un CD a également été envoyé à son domicile après la publication. Jamil était fier de pouvoir partager cette vidéo avec sa communauté.

Visionnez
l'histoire de Jamil sur
<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1zueH2-wEi4-IXpXwWGPNzpDjHsHlrffw>



Astuces principales pour le principe n° 9

- **Travaillez en étroite collaboration avec les contributeurs et créatifs locaux pour trouver, façonner et raconter les histoires les plus précises et authentiques possibles.**
- **Ne modifiez pas ou ne manipulez pas numériquement les histoires d'une manière qui changerait le sens ou les connotations du contenu original.**



PRINCIPE:

La narration digne responsabilise et inspire à la fois les contributeurs et le public afin d'œuvrer pour un changement positif.

Une histoire peut changer le monde.

Principe n° 10

La narration digne responsabilise les contributeurs, cultive l'empathie et inspire des actions grâce au pouvoir de la narration. Elle cherche le meilleur de chacun à partir d'un point de contact, de partenariat et de respect.

La narration digne reconnaît humblement que les questions relatives au développement et aux droits de l'homme sont présentes dans toutes les sociétés. Nous sommes tous responsables et, de différentes manières, nous sommes tous touchés. Nous sommes tous humains. La narration digne encourage l'effort collectif vers la réalisation des objectifs de développement durable (ODD) et affirme que chacun d'entre nous a le pouvoir de contribuer de manière significative à un changement positif au sein de sa famille, de sa communauté et du monde entier.

”

La narration digne reconnaît humblement que les questions relatives au développement et aux droits de l'homme sont présentes dans toutes les sociétés.

Lignes directrices pour le principe n° 10:

La narration digne responsabilise et inspire à la fois les contributeurs et le public afin d'œuvrer pour un changement positif.

POUR FACILITER LA MISE EN PRATIQUE DU PRINCIPE N° 10, VEUILLEZ PRENDRE EN COMPTE CE QUI SUIT:

- Assurez-vous qu'il y a une raison claire de raconter l'histoire. Les narrateurs peuvent commencer par se demander quels sont les objectifs de l'histoire - s'il s'agit de pitié, d'"altérité" ou de division, il vaudrait alors mieux raconter une autre histoire.
- Les récits doivent promouvoir la collaboration avec les personnes et les communautés et montrer que les individus sont capables de changer leur propre vie.
 - ▶ Privilégiez le contenu qui montre les personnes dans les histoires en train de se soutenir ou de s'occuper les unes des autres, de mener un travail et/ou d'être des agents compétents en matière de changement.
 - ▶ Dans le même temps, reconnaissez les obstacles auxquels les contributeurs peuvent être confrontés et la complexité de leurs parcours réels. Le changement et la croissance sont rarement simples ou linéaires. Il n'existe pas de raccourcis, et les histoires dignes tentent de rendre hommage au parcours.
- Tout appel à l'action au sein de l'histoire devrait permettre, à la fois aux personnes figurant dans l'histoire, ou touchées par celle-ci, et au public, de revendiquer, ou reconquérir, le pouvoir d'agir.
- Aidez le public à redevenir un allié, plutôt qu'un "sauveur", grâce à des histoires bien conçues et créatives qui captent l'attention en créant un lien, plutôt qu'en suscitant la pitié.
- Considérez les contributeurs comme des partenaires (co-créatifs ou co-chercheurs) afin de souligner le fait que le développement est un effort de collaboration - et que la réalisation complète des ODD nécessitera notre participation à tous.



Trois jeunes élèves du nord-est du Bangladesh apprennent la santé et l'hygiène à l'école. Cela entraîne un changement positif dans la vie de ces enfants très défavorisés. Crédit: Save the Children.

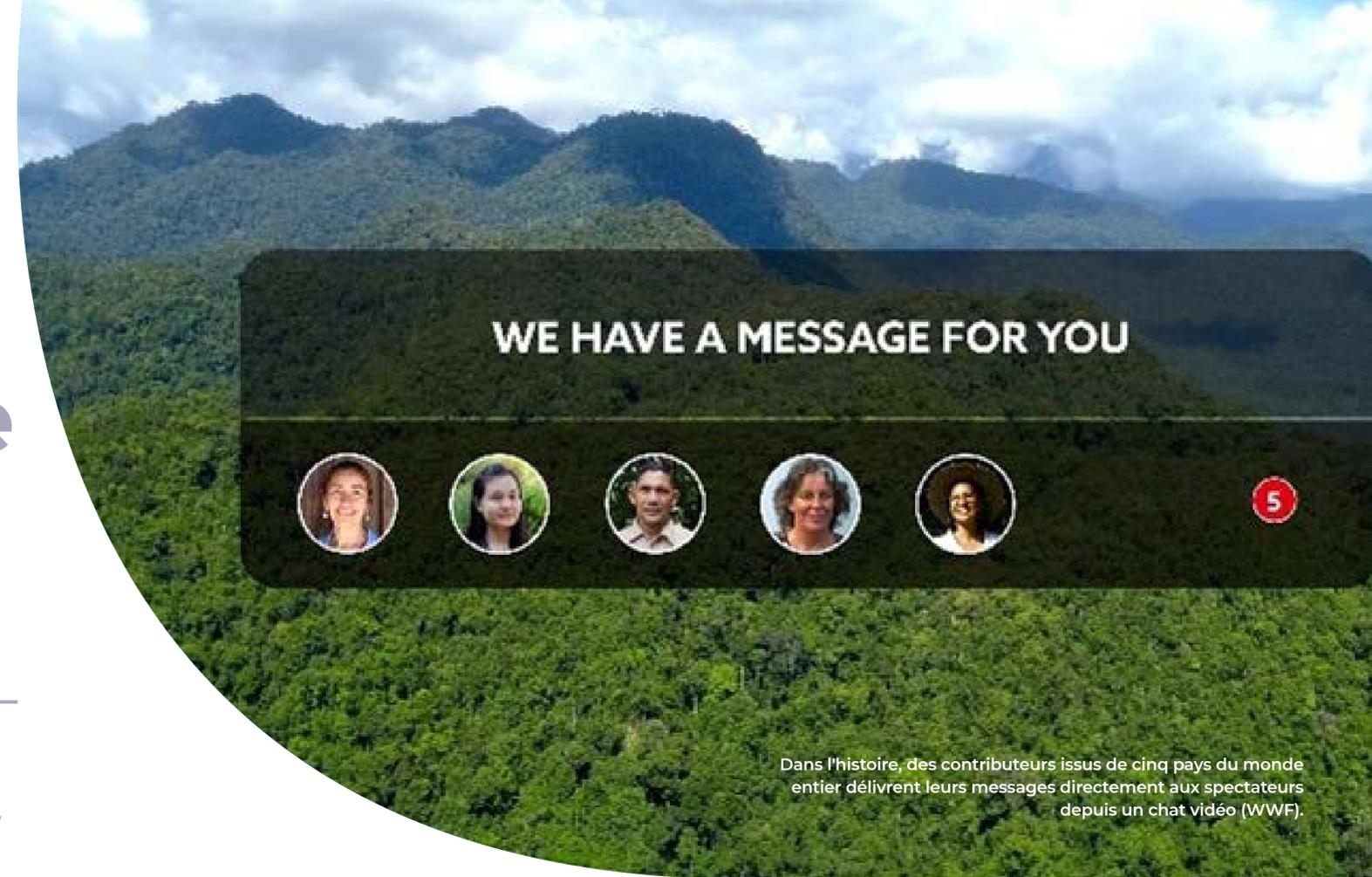
Histoire mise en lumière - **Nous avons un message pour vous!**

*Union internationale pour la
conservation de la nature - Pays-
Bas (IUCN NL), Fonds mondial
pour la nature - Pays-Bas (WWF
Pays-Bas), et BRANDOUTLOUD*

En coulisses

L'histoire a été créée à l'issue d'un programme de cinq ans sur la conservation inclusive, représentant un partenariat stratégique entre l'IUCN NL, le ministère des Affaires étrangères des Pays-Bas et le WWF Pays-Bas. Elle met en scène cinq partenaires locaux, qui ont joué un rôle important tout au long du programme, originaires de Bolivie, d'Indonésie, de Madagascar, du Myanmar et du Suriname.

L'un des principes clés du programme global était la valeur de l'écoute de l'expertise des personnes au plus près des histoires. Il s'agissait souvent de personnes issues de groupes historiquement marginalisés - tels que les femmes, les défenseurs de l'environnement et les communautés autochtones - disposant de connaissances approfondies et d'histoires fortes à partager.

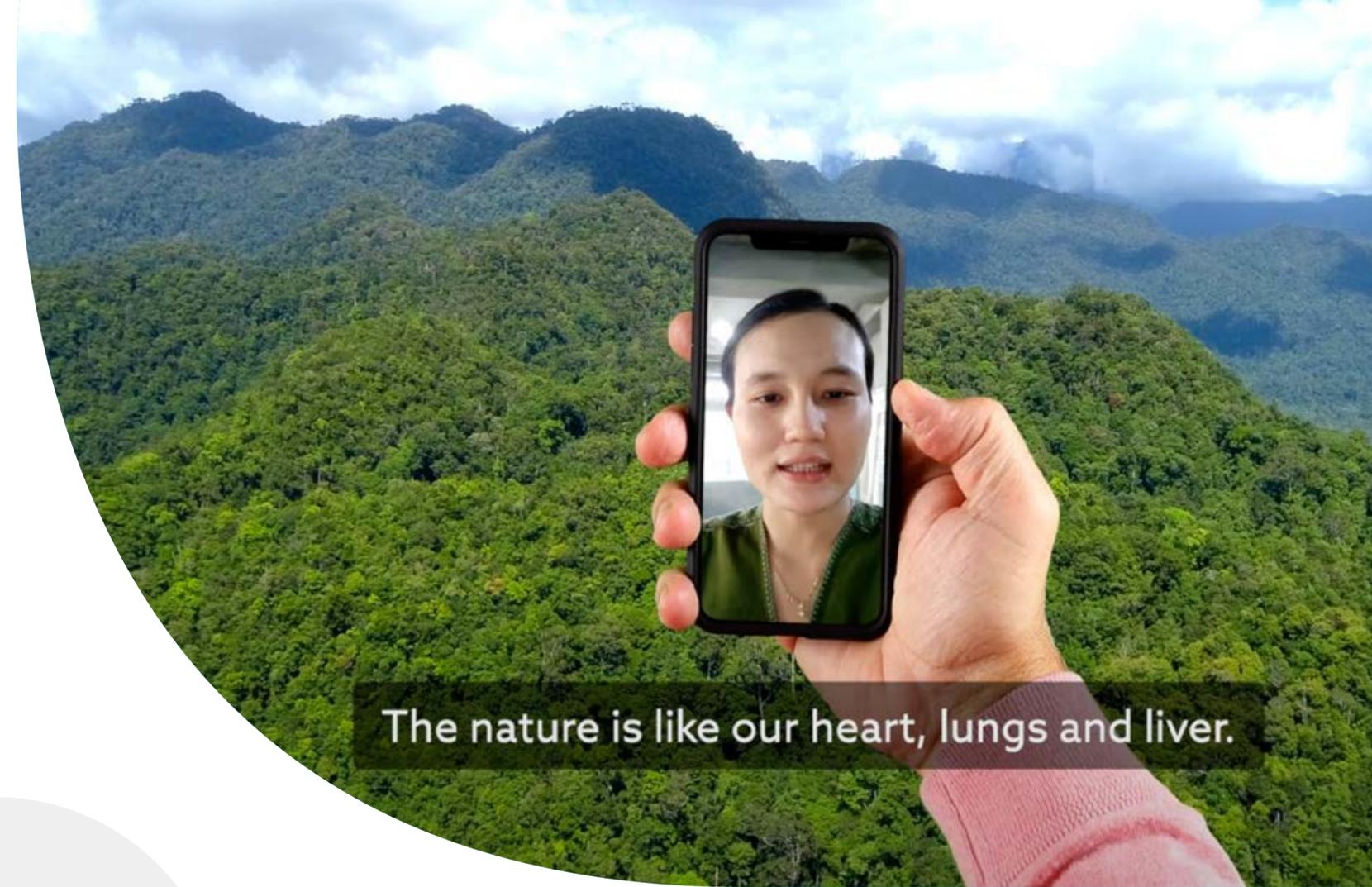


Dans l'histoire, des contributeurs issus de cinq pays du monde entier délivrent leurs messages directement aux spectateurs depuis un chat vidéo (WWF).

Director's Cut: Les principes en pratique

- L'histoire est racontée par des personnes étroitement impliquées et passionnées par le sujet, qui les touche de près et leur tient à cœur. Elle n'est pas racontée à distance. Comme le fait observer l'un des contributeurs, "Nous nous faisons du mal à nous-mêmes lorsque nous faisons du mal à la terre, lorsque nous faisons du mal à la forêt, lorsque nous faisons du mal aux espèces."
- Le WWF NL a travaillé avec ses homologues régionaux pour identifier et contacter des experts locaux bien placés pour partager leurs expériences en matière de conservation inclusive.
- Le script final a été élaboré à partir d'interviews plus longues qui ont laissé le temps aux contributeurs de se sentir à l'aise et prêts à partager leurs idées.
- Le fait de présenter l'histoire comme un chat vidéo accentue le fait que chaque personne s'adresse directement au spectateur. Il ne s'agit pas d'une histoire individuelle, mais plutôt d'un message collectif dont les spectateurs peuvent tirer des enseignements s'ils écoutent attentivement.
- Le fait de présenter des pays du monde entier avec un message commun met l'accent sur la responsabilité mondiale partagée selon laquelle nous devons tous prendre soin du monde naturel. Comme le fait remarquer l'un des contributeurs, "J'espère qu'un jour nos enfants et nos petits-enfants pourront bénéficier de rivières propres et de belles forêts."

Visionnez et écoutez les messages sur <https://www.youtube.com/watch?v=0b24hj0lh9s>



Histoire mise en lumière - **Les réfugiés sont essentiels**

*International Rescue
Committee (IRC)*

En coulisses

À l'occasion de la Journée mondiale des réfugiés (20 juin) 2020, l'IRC a lancé une campagne destinée à souligner les contributions significatives apportées par les réfugiés se trouvant en première ligne de la lutte contre le Covid-19 au sein de leurs communautés. Intitulée "Les réfugiés sont essentiels", la campagne a dressé le portrait de réfugiés à l'aide de divers supports multimédias, en promouvant leurs histoires sur les canaux numériques.

Pour trouver les histoires, l'équipe créative et médiatique de l'IRC a lancé un appel mondial au personnel pour qu'il partage les récits de collègues et de contributeurs s'étant mobilisés pendant la pandémie. Nous avons reçu des récits de médecins en première ligne, de volontaires redoublant d'efforts et de nombreuses personnes désireuses d'aider les autres face à la pandémie.

Un contributeur de la campagne qui fournit des soins, aide ses voisins et assure la sécurité des personnes (IRC).



Director's Cut: Les principes en pratique

- La campagne présente les contributeurs, qui sont des réfugiés, comme des agents de changement positif. Comme le déclare le Dr Edna Patricia Gomez, une contributrice, "Il est fondamental de comprendre que nous devons, en tant qu'êtres humains, nous unir et nous compléter. Les réfugiés ont toujours une capacité de contribution supérieure à ce que les gens admettent."
- L'histoire va à l'encontre de tout préjugé selon lequel les réfugiés sont un fardeau pour les communautés d'accueil, et montre au contraire des individus qui aident les autres et contribuent de manière significative à leur communauté. Comme le déclarent trois des contributeurs de la campagne:
 - ▶ Je suis pleine d'espoir en allant travailler tous les jours car je redonne quelque chose à ma communauté". *Torbertha Torbo*
 - ▶ "Souvent, les gens sont surpris quand je leur dis que je suis une réfugiée. Je le dis avec fierté, je veux qu'ils remettent en question leurs stéréotypes.

Je veux qu'ils sachent à quel point les réfugiés contribuent à la société." *Dr Anxhela Gradeci*

- ▶ "Ce qui me donne de la force, c'est de pouvoir fournir des services aux gens en cette période difficile." *Doha Ibrahim Ammouri*
- Le personnel local s'est entretenu avec chacune des personnes identifiées pour leur expliquer la campagne "Les réfugiés sont essentiels" et s'assurer qu'elles souhaitaient y être représentées.
- Du Bangladesh à la Colombie, du personnel local et des indépendants ont été engagés pour s'assurer que les intervieweurs, les vidéastes et les photographes parlent la langue maternelle des personnes interviewées et comprennent le contexte local.
- Une fois les vidéos et articles réalisés, ils ont été partagés avec les individus et le personnel du pays afin de vérifier et approuver le contenu final. Toutes les personnes mises en lumière ont fourni un consentement éclairé complet conformément à la politique de consentement éclairé de l'IRC.

Consultez la campagne
"Les réfugiés sont
essentiels" sur
[https://www.rescue.org/
worldrefugeeday](https://www.rescue.org/worldrefugeeday)

Histoire mise en lumière - **Je peux aussi vous enseigner quelque chose**

Dubai Cares

En coulisses

Dubai Cares est une organisation philanthropique dédiée à l'accès à une éducation de qualité pour les enfants et les jeunes du monde entier. Au cours de sa campagne de collecte de fonds du Ramadan 2016, Dubai Cares a décidé de bouleverser l'appel caritatif classique à sens unique en organisant plutôt un échange de compétences entre des enfants vivant dans des régions où Dubai Cares soutient des projets et des enfants vivant aux Émirats arabes unis (EAU).

Célébrant l'ingéniosité des enfants malgré - ou peut-être en raison de - leur situation, la campagne présentait une série de tutoriels YouTube réalisés par des enfants pour fabriquer des jouets à partir d'objets du quotidien

trouvés. En retour, les spectateurs des EAU ont fait des dons pour des programmes permettant aux enfants et aux jeunes d'avoir accès à une éducation de qualité et ont développé un livre d'alphabétisation simple produit de manière participative, doublant ainsi les contributions financières de la campagne précédente.

Consultez toutes les photos de la série "Je peux aussi vous enseigner quelque chose" sur <https://bit.ly/3CJDRx1>

Ou apprenez à fabriquer un ballon de football à partir d'un sac en plastique grâce à un garçon de Tanzanie <https://bit.ly/3EK2mdZ>

L'image de la campagne "Je peux aussi vous enseigner quelque chose" qui a figuré dans l'étude Radi-Aid "Quelle image préférez-vous ?" (Dubai Cares).

CH YOU TO MAKE A CAR FROM A PLASTIC JUG

CAN YOU TEACH ME TO R



Director's Cut: Les principes en pratique

- La campagne montre que tous les enfants ont un grand potentiel, indépendamment de leurs circonstances de vie, et demande au public de réfléchir à ce que les enfants peuvent accomplir avec le droit à l'éducation et des ressources.
- Une photographie de la série a été choisie comme image la plus populaire dans le cadre de l'étude Radi-Aid, "Which Image do you Prefer?". Le rapport note que, "bien que poignante, l'image est également positive ; l'enfant représenté est extrêmement ravi de la voiture qu'il a fabriquée. Cela symbolise donc l'espoir, la créativité, l'innovation et la vision. Comme le souligne à juste titre une personne interrogée, "s'il peut fabriquer cette voiture tout seul, imaginez ce qu'il peut accomplir avec une éducation".²¹
- La campagne a été efficace pour générer à la fois des dons et un engagement sur les réseaux sociaux, permettant de collecter des millions pour des programmes d'éducation et de recueillir 300 000 vues sur YouTube, 130 000 impressions sur Twitter, et une portée de plus de 250 000 followers sur Instagram.
- La campagne surprend agréablement les spectateurs en s'écartant de ce que l'on attend généralement d'un tutoriel sur YouTube ou d'une campagne caritative, en montrant clairement et simplement comment nous avons tous beaucoup à apprendre les uns des autres.

²¹ Girling, 2018.

10 UNE HISTOIRE
PEUT CHANGER
LE MONDE.



Principales astuces pour le principe n° 10

- Sans pour autant fuir les problèmes, envisagez des solutions et célébrez l'espoir et les partenariats en vue d'un changement positif.
- Tout appel à l'action au sein de l'histoire devrait permettre aux personnes figurant dans l'histoire, ou affectées par cette dernière, ainsi qu'au public, de revendiquer, ou de reconquérir, le pouvoir d'agir et de faire la différence.

En bref: Appliquer les principes de Dignified Storytelling

1 IL NE S'AGIT PAS DE MON HISTOIRE.



- Impliquez les contributeurs en tant que co-créateurs de l'élaboration de l'histoire, en travaillant en étroite collaboration avec eux pour déterminer quelle est l'histoire à raconter et la manière dont elle est racontée.
- Trouvez des moyens de "passer le micro" aux contributeurs afin que leur voix ne soit pas accaparée, réduite au silence ou contrôlée. Cela requiert de créer un espace sûr pour leurs histoires et, souvent, un certain degré de formation ou de renforcement de la confiance.

2 JE NE CAUSE AUCUN PRÉJUDICE.



- Évaluez le risque de préjudice pour les contributeurs dans le cadre d'un processus continu, mené en collaboration avec les personnes les plus proches de l'histoire.
- Accordez la priorité absolue à la sécurité et au bien-être des contributeurs. En cas de risque de préjudice, de représailles ou de perte, choisissez toujours de NE PAS raconter l'histoire (ou de la raconter d'une autre manière pour contrer le risque).

3 NOUS SOMMES TOUS MULTI-DIMENSIONNELS.



- Présentez les contributeurs comme des êtres humains à part entière, qui assument plusieurs rôles et ont des intérêts, des personnalités et une autonomie étendus.
- Si vous racontez l'histoire d'une communauté ou d'un groupe de personnes, intégrez une représentation diversifiée et des détails contextuels afin de montrer plus d'une dimension de la communauté en question.

4 LE CONSENTEMENT EST BIEN PLUS QU'UNE SIMPLE FORMALITÉ.



- Privilégiez le consentement éclairé, complet et libre comme exigence éthique (et souvent légale) pour une narration digne.
- Veillez à ce que les contributeurs comprennent et acceptent l'objectif de la collecte d'histoires et l'utilisation de l'histoire finale, les implications de sa publication et leur droit de retirer leur consentement à tout moment (avec un processus clair, simple et accessible sur la manière de procéder).

5 JE NE FAIS PAS PREUVE D'OBJECTIVITÉ (RÉPÉTITION).



- Effectuez le travail difficile de réflexion et de prise de conscience de vos propres préjugés et de votre positionnement au sein des dynamiques de pouvoir existantes.
- Réagissez en optant délibérément pour des choix créatifs visant à utiliser un langage inclusif et à lutter contre les stéréotypes et la stigmatisation dans les histoires racontées et la manière dont elles sont racontées.

6 JE FAIS MES DEVOIRS.



- Réalisez des recherches sur le contexte historique et culturel de l'histoire et incluez des informations de fond pertinentes dans l'histoire, en consultant des experts et des personnes possédant une expérience vécue afin de garantir l'exactitude et l'authenticité.
- Privilégiez le travail avec des créatifs ayant une connaissance approfondie de la culture et du contexte, idéalement parce qu'ils sont originaires du lieu où se déroule l'histoire.

7 JE SUIS EMPATHIQUE.



- Recourez à des "contrôles d'empathie" tout au long du processus de narration, en particulier avant la publication, en vous demandant si vous vous sentiriez à l'aise de partager l'histoire visuelle ou écrite s'il s'agissait d'une représentation de vous-même ou d'un proche.
- Trouvez des plateformes et moyens de faciliter l'utilisation des histoires et de la narration en tant qu'outil permettant d'avoir un impact positif.

8 JE PROTÈGE LES DONNÉES DES AUTRES COMME S'IL S'AGISSAIT DES MIENNES.



- Respectez toutes les lois et réglementations nationales ou régionales en vigueur concernant le stockage et la publication des histoires.
- Convenez avec les contributeurs de la durée de conservation ou d'utilisation d'une histoire.

9 LA VÉRITÉ AVANT LES GROS TITRES.



- Travaillez en étroite collaboration avec les contributeurs et créatifs locaux pour trouver, façonner et raconter les histoires les plus précises et authentiques possibles.
- Ne modifiez pas ou ne manipulez pas numériquement les histoires d'une manière qui modifierait le sens ou les connotations du contenu original.

10 UNE HISTOIRE PEUT CHANGER LE MONDE.



- Sans pour autant fuir les problèmes, envisagez des solutions et célébrez l'espoir et les partenariats en vue d'un changement positif.
- Tout appel à l'action au sein de l'histoire devrait permettre aux personnes concernées, ou touchées, par l'histoire et au public de revendiquer ou de reconquérir le pouvoir d'agir et de faire la différence.

A photograph of students in a classroom. In the foreground, two female students are looking at a document on a desk. One is holding a yellow pencil. In the background, a male student is seen from behind, looking towards a whiteboard. The text is overlaid in the center of the image.

CONSEILS
SUPPLÉMENTAIRES
POUR CERTAINS
GROUPE



Conseils supplémentaires pour certains groupes

Les lignes directrices présentées avec chaque principe dans la rubrique précédente s'appliquent généralement à la majorité, sinon à la totalité, des contextes. Cela inclut le travail avec des individus ou communautés identifiés comme appartenant à un groupe dont les caractéristiques ou circonstances justifient une sensibilité accrue. Cette rubrique de conseils supplémentaires souligne des considérations additionnelles pour certains de ces groupes, à considérer en tandem avec les

principes de Dignified Storytelling et leur application.

Autant que possible, les informations tirées des lignes directrices générales de chaque principe n'ont pas été répétées, mais il y est fait allusion et elles devraient être également considérées comme pertinentes pour ces groupes spécifiques.

Les conseils présentés ci-après se concentrent sur cinq groupes de personnes différents, mais il ne s'agit

en aucun cas des seules identités nécessitant des considérations supplémentaires. Les cinq groupes évoqués ici ont été inclus soit parce qu'ils ont fait l'objet d'une ou plusieurs consultations de Dignified Storytelling, soit parce qu'il existe des ressources importantes pouvant contribuer à guider les interactions. Comme pour les lignes directrices générales relatives à chaque principe, les conseils donnés ici ne sont pas exhaustifs et devront être localisés et contextualisés pour chaque situation.

Les enfants et les jeunes

Si un groupe est particulièrement susceptible de faire l'objet de narration "indigne", c'est peut-être celui des enfants. Dans le cadre de campagnes de collecte de fonds, les images et histoires d'enfants dans le besoin - souvent montrés en mauvaise santé, dans des conditions sordides et sans adultes attentionnés - suscitent la sympathie et parviennent souvent, du moins à court terme, à recueillir des dons. Cependant, le fait de raconter des histoires sur les enfants, et avec eux, requiert une attention et un soin supplémentaires pour éviter toute exploitation et s'assurer que toutes les personnes concernées, y compris les enfants eux-mêmes et leurs parents ou responsables légaux, sont satisfaites du contenu et de son utilisation.

La Convention des Nations unies relative aux droits de l'enfant stipule que "l'intérêt supérieur de l'enfant doit être la considération primordiale" en matière de narration. L'intérêt supérieur de chaque enfant prime sur toutes les autres causes, même la promotion des droits de l'enfant ou un plaidoyer pour les questions relatives aux enfants.

Pour déterminer ce qui est dans leur intérêt supérieur, il convient de toujours consulter les personnes les plus proches de la situation des enfants, qui sont les mieux placées pour comprendre toute implication politique, sociale ou culturelle de la narration de l'histoire, y compris les enfants eux-mêmes.

Les enfants ne doivent pas être utilisés comme des accessoires et doivent être respectés en tant qu'êtres humains à part entière. Bien que, dans le cas d'un mineur, le consentement éclairé d'un parent ou d'un responsable légal soit toujours nécessaire (Voir le principe n° 4), les enfants ont également le droit de s'exprimer sur la question du consentement. Utilisez un langage adapté au développement - et peut-être des exemples ou des illustrations - pour parler avec les enfants du but et de la manière dont le contenu sera utilisé, et prenez le temps d'écouter leurs points de vue, en respectant ce qu'ils ont à dire. Les enfants ont toute leur vie devant eux; considérez l'impact potentiel de la découverte de leur histoire dans plusieurs années et utilisez cet élément pour orienter la prise de décision créative et pratique.

Lorsque vous interviewez des enfants, faites preuve de la plus grande sensibilité quant au type de questions et à la manière dont elles sont posées. Évitez les jugements et le risque de raviver des douleurs ou des traumatismes passés. Les enfants ne devraient jamais être exposés au danger ou à l'humiliation pour des événements passés ou présents.

Fournissez tous les efforts nécessaires pour que les enfants se sentent à l'aise lors des processus de collecte d'histoires, notamment en réfléchissant au lieu du déroulement et aux personnes impliquées, y compris en limitant le nombre d'intervieweurs ou de réalisateurs de films ou d'images. Prenez toujours en compte ce que les choix créatifs, qu'ils soient visuels, sonores ou écrits, peuvent révéler - de manière explicite ou implicite - sur l'enfant et sa situation. Pour les photographies ou les films, évitez en général de recourir à des cadrages qui transmettent le message que l'enfant n'a pas d'adultes bienveillants dans sa vie. De plus, en règle générale, évitez les images d'enfants malades ou dévêtus, surtout si l'intention est de susciter la pitié ou le jugement.²²



²² Il peut arriver qu'un contributeur souhaite partager des images dérogeant à ces lignes directrices générales afin d'exprimer son sentiment d'appartenance à une expérience ou de sensibiliser à une cause personnelle.

Ne mettez jamais en scène une histoire qui ne fait pas partie de la vie réelle de l'enfant. Vérifiez l'exactitude de tous les récits avec d'autres enfants et/ou un adulte - et de préférence avec les deux. Comme pour les adultes, la vie des enfants mérite que l'on s'intéresse au contexte et que l'on produise des récits équilibrés et complets.

L'UNICEF suggère de changer les noms et de masquer l'identité visuelle de tout enfant ayant été identifié comme: victime d'exploitation ou d'abus sexuels; auteur d'abus physiques ou sexuels; séropositif ou vivant avec le SIDA, à moins que l'enfant, un parent ou un tuteur ne donne son consentement éclairé et complet; accusé ou condamné pour un crime; enfant combattant ou ancien enfant combattant en possession d'une ou plusieurs armes.²³ Dans d'autres circonstances – par exemple, avec les demandeurs d'asile ou les réfugiés – où il existe un certain risque ou un risque potentiel, les noms et identités devraient probablement aussi être protégés.

S'il existe le moindre doute sur le fait qu'un enfant soit en danger, choisissez de raconter une histoire sur la situation générale des enfants plutôt que sur un seul enfant en particulier. Cela est valable même si l'histoire est digne d'intérêt, captivante ou émouvante.



L'intérêt supérieur de chaque enfant prime sur toutes les autres causes, même la promotion des droits de l'enfant ou un plaidoyer pour les questions relatives aux enfants.

²³Se référer au document de l'UNICEF intitulé "Ethical reporting guidelines: Key principles for responsible reporting on children and young people" pour de plus amples conseils sur les interviews et les rapports consacrés aux enfants.



Histoire mise en lumière - **Les enfants et la production d'images**

Lisa Atkinson

En coulisses

Le fait de reconnaître que les enfants sont des acteurs clés dans les décisions qui les concernent, y compris la conception de programmes efficaces, est considéré comme une bonne pratique de développement. Pourtant, de quelle manière leurs droits sont-ils pris en compte lors de la production d'images destinées à un usage public, que ce soit pour des collectes de fonds ou des rapports sur l'impact ? Comment les organisations, engagées en faveur du développement et du bien-être des enfants, peuvent-elles protéger leurs droits de participation et inclure les enfants en tant que contributeurs dans la production d'images?

Le Dr Emile Secker et Lisa Atkinson, spécialiste des œuvres caritatives, ont cherché à explorer ces questions par le biais d'une étude pilote, menée lors d'une consultation en 2014, pour évaluer les projets destinés aux enfants vivant dans la rue à Port Harcourt et Calabar, au Nigeria. L'étude pilote visait à considérer les participants à un projet destiné aux enfants vivant dans la rue comme des contributeurs à part entière ayant le droit de choisir intentionnellement s'ils souhaitent faire partie d'images au nom d'une organisation et d'informer sur la manière dont ils étaient représentés sur ces images.



Image par contributeur. Participants à l'atelier de production (Atkinson)

Par le biais d'ateliers interactifs, les enfants participants ont discuté de leurs sentiments à l'égard d'images d'enfants tristes et joyeux, et de la manière dont ils s'identifiaient à chaque image. Cela a été suivi d'une discussion de groupe sur les raisons pour lesquelles les gens voudraient aider chaque groupe d'enfants, selon qu'ils sont représentés heureux ou tristes. Par exemple, en voyant des enfants heureux, certaines personnes dans le monde peuvent être incitées à vouloir les maintenir heureux. D'autres, en voyant des images d'enfants tristes, peuvent être incitées à vouloir les rendre heureux.

Une fois cela compris, un enfant du groupe a été choisi pour être le photographe et a reçu un appareil photo numérique pour l'exercice. Les autres enfants ont été photographiés à tour de rôle à l'endroit de leur choix, dans le centre. Avant chaque cliché, le photographe demandait: "Comment veux-tu que le monde te perçoive?". L'enfant pouvait alors choisir son attitude et sa posture sur la photo. Une fois le portrait pris, il était demandé à l'enfant d'expliquer à un volontaire s'il avait choisi d'être heureux ou triste pour la photo, et pourquoi. Fait intéressant, les résultats étaient significativement divisés quant à la manière dont les enfants avaient choisi de poser.

Pour en savoir
davantage sur
l'étude pilote, veuillez
contacter Lisa Atkinson
à l'adresse suivante:
[lisa@fizzycompass.
co.uk](mailto:lisa@fizzycompass.co.uk)

Director's Cut: Les principes en pratique

- L'étude a traité chaque enfant comme un contributeur unique ayant droit à sa propre opinion et à son propre point de vue.
- Les enfants ont eu la possibilité de choisir un cadre de représentation, ce qui a permis d'atténuer le risque de stéréotypes ou de perpétuation des préjugés.
- L'étude a adopté une approche proactive afin d'améliorer les pratiques de protection et de consentement lors de la phase de collecte du contenu, en prenant le temps de mener une discussion constructive avec les enfants.
- Le processus a valorisé le rôle des enfants et leur droit de définir les termes de leur participation.
- Via l'implication des contributeurs, l'étude visait à découvrir et à dépeindre la réalité de leurs expériences vécues de manière aussi précise et authentique que possible.

Les filles et les femmes

La dynamique des genres ne peut être ignorée en matière de narration. Dans certaines communautés, les normes de genre dictent qui est le plus visible et le plus à même de faire entendre sa voix, et pénalisent souvent ceux qui ne se conforment pas aux rôles établis. Dans les sociétés où l'opinion des femmes est systématiquement ignorée ou réduite au silence, les responsables de la collecte de contenu devront soigneusement élaborer des stratégies culturellement sensibles pour entendre toutes les personnes impliquées dans l'histoire. Il s'agira probablement de déterminer qui est le mieux placé pour discuter avec les contributeurs, ainsi que le lieu et le moment où ces conversations auront lieu. Comme avec tout le monde, la planification et la collecte du contenu des histoires mettant en scène des femmes doivent se faire à des moments et dans des lieux sûrs pour les contributeurs. Demandez aux contributeurs ce qui leur convient le mieux et s'ils ont des préférences quant aux personnes avec lesquelles ils se sentent le plus à l'aise pour travailler sur l'histoire.

Dans de nombreux endroits, les normes de genre dominantes attribuent des rôles limités aux filles ou aux femmes, souvent confinées à la seule vie domestique. Même dans les livres d'histoires pour enfants, les jeunes personnages féminins sont traditionnellement représentés dans des rôles vulnérables ; par exemple lorsqu'ils attendent d'être secourus par un prince tant attendu. De nombreuses histoires dépeignent des filles désemparées ne poursuivant pas leurs rêves ou n'atteignant pas le bonheur par leurs propres moyens, alors qu'à l'inverse, les garçons sont souvent représentés dans des rôles principaux et comme les héros de l'histoire.

Ces récits dominants et stéréotypés soulignent l'importance de montrer les filles et les femmes dans des rôles et responsabilités sortant des attentes traditionnelles, souvent passives et confinées aux sphères domestiques et familiales. Le fait de modifier les histoires que l'on raconte sur les filles et les femmes peut participer à contrer les stéréotypes en mettant

en lumière les espoirs et les rêves des contributrices, leurs personnalités et leurs voix diverses, ainsi que leurs réalisations et leur action tant au sein du foyer qu'à l'extérieur.

Lorsqu'ils rédigent une histoire, les narrateurs devraient être attentifs au langage sexiste qui identifie inutilement le genre. Optez pour un langage non sexiste ; par exemple, dans le cas de la langue anglaise, en remplaçant les noms singuliers par des noms pluriels et en utilisant des titres neutres pour les professions.²⁴

Bien que les inégalités entre les sexes soient souvent façonnées par des histoires, il est tout aussi possible de tirer parti d'une narration qui favorise l'égalité des genres. Il existe de nombreuses femmes photographes, réalisatrices, journalistes, écrivaines et illustratrices dans le monde entier, bien placées pour capturer et promouvoir des histoires qui rendent compte de manière plus complète des luttes et des triomphes des filles et des femmes.²⁵

²⁴Chaque langue possède des caractéristiques uniques - par exemple, des formes grammaticales du genre - nécessitant des lignes directrices spécifiques pour favoriser l'inclusion du genre. Les Nations Unies ont élaboré des lignes directrices

pour un langage inclusif en matière de genre pour ses six langues officielles. Elles sont accessibles sur le site suivant : <https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/index.shtml>

²⁵ Comme indiqué en bas de page précédemment, veuillez vous référer à "Women Photograph" et "Women Who Draw" pour consulter deux bases de données présentant des femmes créatives.

Histoire mise en lumière - **À la rencontre des Alices**

Save the Children

En coulisses

Dans un village du Liberia, plus de 800 bébés ont été baptisés Alice en l'honneur de la sage-femme qui les a mis au monde. L'histoire présente aux lecteurs Alice... et quelques-unes des nombreuses Alices!

Save the Children a rencontré Alice pour la première fois en 2013 au cours d'un voyage visant à recueillir des histoires sur les prestations de soins maternels de Save the Children au sein de la clinique de White Plains, dans le comté de Monserrado, au Liberia. Alice était sage-femme depuis près de 30 ans et suivait une formation pour devenir infirmière. Elle s'est distinguée par sa passion consistant à aider les mères enceintes des villages reculés à obtenir le soutien dont elles

ont besoin en matière de santé maternelle. Alice se déplace régulièrement en moto pour atteindre les zones reculées et, avant la rénovation de la clinique, elle travaillait parfois à la lumière des bougies pour procéder à des accouchements.

En 2018, Save the Children a de nouveau rencontré Alice et a passé plusieurs semaines avec elle, notamment en la suivant au travail et à la maison et en rencontrant les nombreuses "Petites Alices". En fait, Alice pense que près de 1 000 enfants portent son nom - une reconnaissance du rôle important qu'elle joue dans la communauté.



Alice la sage-femme se tenant à l'intérieur de la clinique de White Plains, au Liberia (Hanna Adcock / Save the Children).

Director's Cut: Les principes en pratique

- L'histoire fait appel à des photographies, des clips vidéo, des citations directes et des textes narratifs pour montrer et raconter l'histoire d'Alice sous plusieurs angles et perspectives, d'une manière attrayante et multidimensionnelle.
- L'histoire plonge en profondeur dans la vie et le travail d'Alice. Les spectateurs ont un aperçu des expériences qui l'ont façonnée et de la personne qu'elle est en tant que fille, mère, femme et sage-femme.
- Même si un aspect important de l'histoire concerne la manière dont la clinique, construite par Save the Children, a eu un impact positif sur la communauté et a facilité le travail d'Alice, l'accent est mis sur son travail incroyable et héroïque, malgré des conditions difficiles. Alice est clairement l'héroïne de l'histoire, se surpassant pour ses patientes - et refusant même des promotions afin de rester dans la salle d'accouchement. Comme Alice le fait remarquer dans l'histoire, "Je me sens bien quand un bébé naît, je sens que j'ai fait quelque chose de bien. J'ai amené quelqu'un dans ce monde".
- Save the Children dispose de processus de consentement solides et minutieux comportant un briefing préalable obligatoire pour les traducteurs locaux, des exemples visuels pour montrer aux contributeurs potentiels la manière dont leurs images ou histoires peuvent être utilisées, et des cartes avec des coordonnées pour permettre aux contributeurs de prendre contact s'ils changent d'avis ultérieurement sur leur participation. Save the Children prévoit également du temps pour les questions posées par les individus et familles, en soulignant le droit des contributeurs potentiels d'accepter, ou non, les conditions de consentement.
- Ayant déjà travaillé avec Save the Children pendant plusieurs années, Alice était heureuse et à l'aise à l'idée de partager son histoire car la confiance était déjà établie. Avec les autres "petites Alices" des communautés environnantes, Save the Children a pris le temps d'expliquer la raison pour laquelle ils recueillaient leur histoire - parce que les parents avaient nommé leur fille ou fils en hommage à leur sage-femme.

See the story, "À la
rencontre des Alices" sur
[https://stories.
savethechildren.org.uk/
catchingalices/#Catching-
Alices-1IX01WR4LG](https://stories.savethechildren.org.uk/catchingalices/#Catching-Alices-1IX01WR4LG)

Les personnes souffrant de handicaps

Il existe un grand pouvoir dans l'amplification des voix des personnes souffrant de handicaps,²⁶ dans la reconnaissance du fait qu'elles sont des personnes très visibles et à part entière, malgré ce que pensent les sociétés. Les narrateurs doivent être conscients que, même lorsqu'elles partent d'une bonne intention, les histoires qui présentent une personne souffrant d'un handicap comme une simple figure d'inspiration peuvent également être restrictives. Les personnes atteintes d'un handicap sont des êtres humains à part entière, dotés de multiples facettes, et des membres précieux et actifs de leur communauté. Elles doivent donc être présentées comme telles. Le handicap en lui-même n'est souvent pas ce que la personne souhaite mettre en avant, car ce n'est pas ce qui la définit. En outre, il se peut que les contributeurs souhaitent que leurs accomplissements ou leurs mérites soient soulignés sans pour autant ajouter qu'ils ont réussi ces exploits "malgré leur handicap". Leur handicap est une réalité omniprésente dans leur vie et il est sans doute préférable de ne pas le rappeler.

Dignified Storytelling estime que la narration devrait être un processus collaboratif et inclusif avec des contributeurs. Les personnes souffrant d'un handicap devraient être impliquées dans la narration de leurs propres histoires. Pour souligner l'importance de la représentation, un hashtag populaire affirme: #nothingaboutuswithoutus (rien à notre sujet sans nous). Pour contribuer à l'utilisation d'un langage inclusif, demandez à la personne ou au groupe avec lequel vous travaillez comment elle / il souhaiterait être décrit(e) ou mentionné(e) dans une quelconque histoire et suivez ses indications et préférences.

Si vous facilitez la collecte d'histoires, gardez à l'esprit qu'il peut y avoir des problèmes de confiance à aborder pour les personnes désireuses de raconter leur histoire. Comme pour les autres types de contributeurs, les personnes atteintes d'un handicap peuvent avoir besoin de soutien pour identifier l'histoire à raconter et la manière dont elles souhaitent la présenter. En raison du handicap, il est

possible que des contraintes pèsent sur le choix d'une méthode pour raconter une histoire, alors que d'autres moyens restent accessibles. Proposez des idées et favorisez les préférences des personnes pour raconter leur histoire de différentes manières - par exemple, visuellement, oralement, ou en utilisant la technologie numérique ou le langage des signes.

Il est également important de veiller à ne pas traiter les personnes souffrant d'un handicap comme un groupe homogène. Leurs besoins peuvent varier selon que le handicap est physique ou mental, visible ou invisible. Comme pour tous les groupes, chaque individu mérite de l'attention et de la bienveillance.

Lorsque l'on travaille avec des personnes présentant un handicap, il est également important de prendre conscience de la possibilité de traumatismes cumulés - par exemple, des expériences d'abus - en plus des problèmes liés au handicap lui-même. Même avec la conscience de



²⁶Bien que ce manuel adopte un langage axé sur la personne, certains groupes de défense des personnes atteintes d'un handicap préfèrent un langage axé sur l'identité ("personne handicapée"). Demandez toujours à l'individu ou au groupe

avec lequel vous travaillez comment il souhaite être mentionné. La façon dont il est décrit devrait relever de son choix personnel.

la présence d'un traumatisme, il convient de faire preuve d'une grande prévenance quant à ce qui peut être vu et entendu, et ce qui ne peut pas l'être. Commencez les interactions en reconnaissant que le traumatisme sera présent, puis veillez à ce que des stratégies et un soutien professionnel supplémentaire soient mis en place pour traiter ce traumatisme ou éviter de le raviver.

Il est également important de tenir compte du rôle que joue l'intersectionnalité dans les expériences de vie d'une personne. Les nombreux aspects de l'identité sociopolitique d'une personne - par exemple: la race, le sexe et le niveau d'éducation - se combinent et ont des effets positifs et négatifs différents. Lorsque le handicap est également présent, la discrimination ou le manque de pouvoir qu'une personne peut ressentir en partageant son histoire est susceptible d'être aggravé(e).

La narration peut avoir tendance à mettre en avant des personnes souffrant d'un handicap ayant fait des études supérieures et issues de milieux plus aisés, car elles peuvent être plus éloquentes ou avoir les moyens de valoriser leur propre profil. Les narrateurs doivent fournir un effort conscient pour ne pas laisser dans l'ombre les personnes atteintes d'un handicap qui n'ont pas accès à ces opportunités. Ce groupe dispose souvent d'histoires riches, car il doit faire face à des défis intersectionnels comprenant le handicap, l'économie et d'autres dimensions.

Le langage utilisé pour raconter les histoires des personnes souffrant d'un handicap emploie souvent une terminologie telle que "autonomisation" ou "inspiration" qui peut diminuer, de manière subtile, la capacité d'action des personnes en les considérant comme

des bénéficiaires ou tropes passifs. Réfléchissez à ces connotations et cherchez un nouveau langage qui ne craigne pas d'explorer les différences, qui permette aux contributeurs de récupérer leur pouvoir et leur voix, et qui promeuve des représentations de personnes entières au-delà du seul handicap.

Histoire mise en lumière - **Vent debout pour la justice**

*BRANDOUTLOUD and
OneFamilyPeople*

En coulisses

"Vent debout pour la justice" était une campagne de notoriété de marque pour l'ONG OneFamilyPeople en Sierra Leone. OneFamilyPeople œuvre à changer les idées fausses et stéréotypes largement répandus autour des handicaps, en vue de parvenir à une société plus inclusive.

Selon OneFamilyPeople, traditionnellement en Sierra Leone, les personnes atteintes d'un handicap ne sont généralement pas incluses dans les portraits de famille. Par contre, OneFamilyPeople s'engage à adopter une approche du développement inclusif fondée sur le principe de l'intégration de tous.

L'approche adoptée par BRANDOUTLOUD pour travailler avec OneFamilyPeople au développement

Vous pouvez passer en revue les portraits sur <https://onefamilypeople.org/context/>

d'une identité visuelle et d'images et d'histoires caractéristiques était également délibérément inclusive, du directeur de l'organisation à toutes les personnes impliquées dans les histoires – la famille entière.



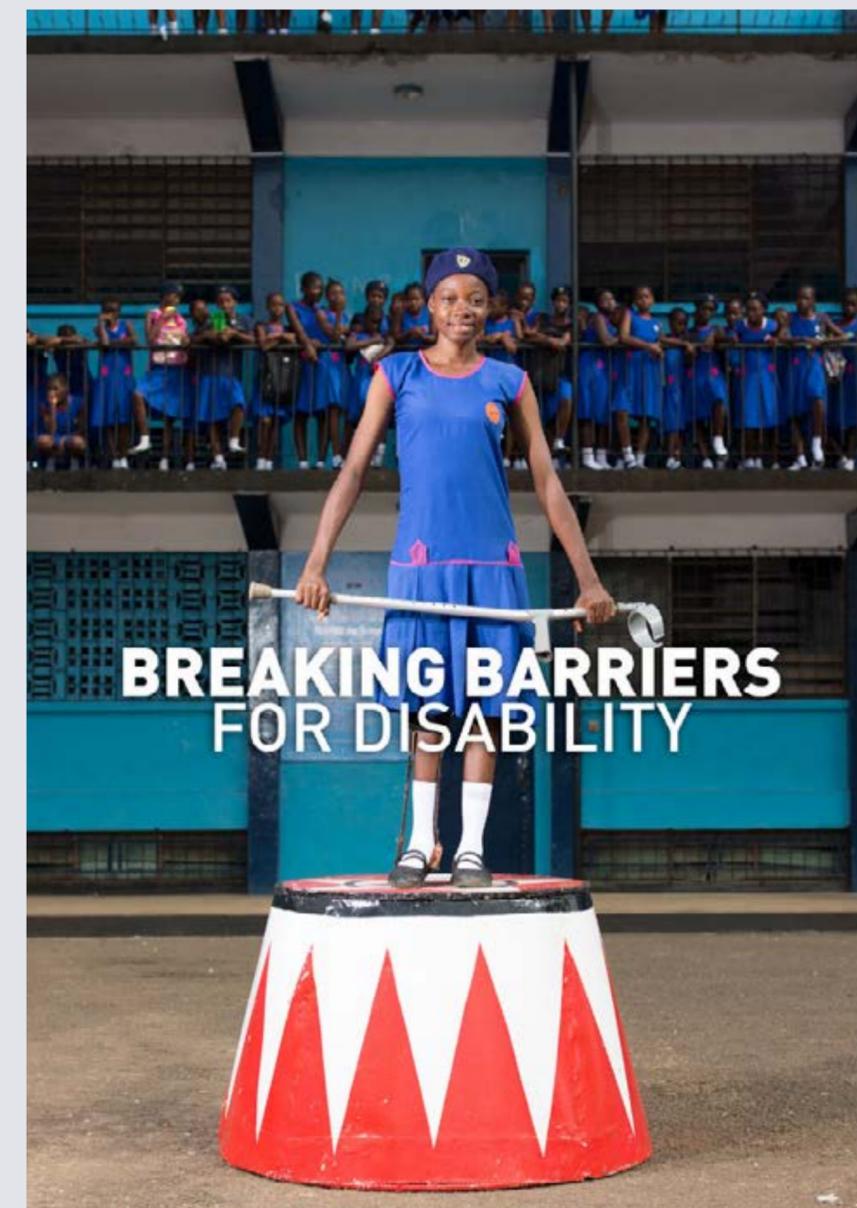
George est un joueur de tennis de table paralympique et un ambassadeur de la campagne "Ne laisser personne de côté" (BRANDOUTLOUD et OneFamilyPeople).

Director's Cut: Les principes en pratique

La campagne présente une série de photos sur lesquelles prennent la pose de véritables personnes qui travaillent avec OneFamilyPeople et qui ont choisi la manière dont elles souhaitaient être représentées et désignées - y compris leur position, leurs vêtements, le cadre et leur attitude.

- Les photos sont festives et mettent en avant la personnalité et les capacités uniques de chaque contributeur, qui est représenté en position de force sur un piédestal élevé et aux couleurs vives.
- Le contenu est stratifié sur le site Internet, avec des profils plus longs des contributeurs présentés, ainsi que des portraits.
- Le slogan "Briser les barrières du handicap" est directement issu des performances et de la musique d'une Organisation de personnes handicapées (DPO) active en Sierra Leone.
- Le message réfute la pitié, en réclamant plutôt la justice et l'équité.

Découvrez également
les profils plus longs,
notamment celui de
Lady S:
[https://
onefamilypeople.org/
our-stories/1/lady-s](https://onefamilypeople.org/our-stories/1/lady-s)



Histoire mise en lumière - **L'histoire de Shamshad Begum** *The Hashoo Foundation*

En coulisses

Shamshad Begum, qui est atteinte d'une déficience auditive, est une boursière de la Fondation Hashoo, originaire de la région reculée du Gilgit-Baltistan, au Pakistan. En dépit des contraintes financières et d'autres défis au sein de sa famille, Shamshad a toujours été déterminée à poursuivre son éducation.

Grâce à une bourse d'études entièrement financée par la Fondation Hashoo, Shamshad a été en mesure de suivre un programme de licence de quatre ans en design textile au National College of Arts de Lahore, au Pakistan. Reconnaisant son talent pour les textiles, la Fondation Hashoo a continué à soutenir Shamshad dans le développement de ses produits et dans ses liens avec les marchés internationaux. Shamshad réalise désormais son rêve de devenir designer et contribue à aider son

foyer sur le plan financier. Avec son diplôme du National College of Arts en poche, elle travaille actuellement en tant que chef du département textile et mode pour une nouvelle marque, Bahoor, et ambitionne de fonder un jour une ONG pour les enfants souffrant de handicaps.

Director's Cut: Les principes en pratique

- Shamshad est son propre porte-parole, au pouvoir discret. En racontant son histoire personnelle, elle éduque également le public sur la nature de sa déficience auditive, la rendant compréhensible et parlante.
- La détermination de Shamshad à poursuivre ses rêves malgré de nombreux défis envoie un message

Regardez Shamshad
raconter son histoire sur
<https://bit.ly/3Bg1INA>

clair: tout le monde peut acquérir des compétences et réussir lorsque les bonnes opportunités lui sont offertes.

- La déficience auditive de Shamshad ne constitue pas le seul point central de l'histoire. Il ne s'agit que d'un aspect de l'histoire beaucoup plus complète de la détermination de Shamshad, de sa personnalité à part entière et de son parcours pour réaliser ses rêves.
- Le style de la vidéo montre que "la simplicité peut être un atout", car Shamshad se charge elle-même de la narration avec très peu d'effets, s'exprimant librement et naturellement dans sa propre langue et avec ses propres mots.

Shamshad Begum, boursière de Hashoo et personne atteinte d'un handicap, a surmonté de nombreux défis pour devenir designer textile (Fondation Hashoo).



Les personnes touchées par des urgences

Le terme "urgences" est ici utilisé dans son sens le plus large pour désigner des événements nécessitant une action immédiate, qui peuvent être dus à des épidémies, à des catastrophes naturelles ou technologiques, à des conflits ou à d'autres causes d'origine humaine. Les urgences menacent la santé, la sûreté, la sécurité et/ou le bien-être d'une communauté. Une attention et une sensibilité supplémentaires sont nécessaires pour protéger les contributeurs et leurs communautés au sens large.

Dans le cadre d'un travail avec des individus ou groupes touchés par une situation d'urgence, il est essentiel de bien saisir le contexte et, par conséquent, les risques de préjudice. Plus d'une personne - par exemple, la haute direction au sein d'une organisation, les personnes les plus proches de l'endroit où l'histoire se déroule, ou les personnes les plus proches des contributeurs eux-mêmes (par exemple: des gestionnaires de cas ou des agents du personnel travaillant directement avec des contributeurs potentiels) - devrait être mobilisée pour veiller à ce que des décisions responsables soient prises sur les histoires à diffuser, même lorsque le consentement a été obtenu. Les conseillers en protection, ou les individus occupant un rôle similaire, sont souvent les mieux placés au sein d'une organisation pour comprendre le traumatisme vécu par les

personnes touchées par une crise et pour fournir des conseils quant à une réponse appropriée.

Comme pour toute narration, mais à un degré plus élevé, les besoins de la communauté ou du groupe concerné(e) doivent être considérés comme une priorité absolue - avant ceux des narrateurs en tant qu'artistes ou ceux de toute organisation impliquée. Dans le cadre d'un travail avec des réfugiés, des personnes déplacées à l'intérieur d'un pays, ou des migrants, cette prise de conscience de la situation et des besoins spécifiques de l'individu ou du groupe devient encore plus cruciale pour s'assurer que la narration ne cause aucun stress supplémentaire inutile ou risque de préjudice à l'un des contributeurs.

Il est quasiment certain que les situations d'urgence ne constitueront pas une situation idéale pour la collecte de contenu. Il peut exister des contraintes de temps et de ressources, et les contributeurs sont susceptibles d'être confrontés à des difficultés externes et internes comme, par exemple, l'anxiété, la faim, le danger, des traumatismes et l'épuisement. Anticipez ces situations non idéales en collaboration avec les personnes avec lesquelles vous travaillez, notamment en décidant des activités à privilégier et de la manière d'aborder la collecte de contenu dans le plus grand respect possible.

Travaillez avec le personnel et les partenaires les plus proches des contributeurs pour déterminer à l'avance les questions que vous poserez, en veillant, autant que possible, à éviter tout nouveau traumatisme au cours de l'entretien. Le fait de poser des questions ouvertes - en consultation avec les officiers de protection ou leur homologue - peut aider le contributeur potentiel à décider plus librement s'il veut partager ses expériences. Les contributeurs potentiels devraient également comprendre qu'ils peuvent interrompre l'entretien, ou changer d'avis, à tout moment. Envisagez la mise à disposition immédiate d'un personnel de soutien psychosocial au cas où le contributeur serait bouleversé ou ému et aurait besoin d'un soutien supplémentaire.

Bien qu'elles soient souvent plus difficiles à mener dans des contextes sensibles ou en situation de crise, les discussions sur le consentement sont encore plus importantes pour préserver et garantir le droit des contributeurs à dicter les paramètres de leur vie privée. Comme toujours, assurez-vous que les personnes comprennent à quel endroit et de quelle manière les citations et les images seront utilisées, et pendant combien de temps. En particulier dans les situations d'urgence susceptibles d'attirer l'attention du monde entier, il peut être important d'intégrer le contexte mondial dans les conversations sur les risques et le



consentement, afin que les contributeurs aient une meilleure compréhension des implications liées au partage de leurs histoires. La confidentialité des informations personnelles est similairement requise, avec une attention particulière portée aux mesures de protection tant pour les contributeurs que pour leurs familles.

Dans les contextes d'urgence, ou dans toute situation prolongée qui en résulte, cherchez à comprendre les motivations des personnes qui partagent leurs histoires - qu'elles soient positives (par exemple: le désir de redonner) ou plus négatives (par exemple: des histoires pour de l'argent) - et reconnaissez votre pouvoir dans cette situation. Prenez des dispositions pour atténuer les différences de pouvoir et abordez les attentes des contributeurs, qu'elles soient exprimées ou non, en déterminant la manière, le moment, le lieu et la personne qui communique. Une composante de cette communication peut consister à s'assurer que les contributeurs comprennent que (dans la plupart des cas) ils ne seront pas rémunérés pour partager leur histoire, et qu'ils ne perdront pas non plus l'accès aux services s'ils décident de ne pas la partager.

Comme dans le cas de toute collecte de contenu, cherchez à passer le plus de temps possible avec les individus et les communautés afin d'éviter que la collecte d'histoires ne soit extractive plutôt que collaborative. Cela étant dit, il est important de se rappeler que les personnes touchées par une situation d'urgence sont souvent épuisées sur le plan psychique et psychologique et d'ajuster les plans au besoin pour éviter de surcharger les individus. Bien que le fait de retourner régulièrement dans les mêmes familles pour

vérifier l'évolution de la situation puisse permettre de nouer des relations et d'approfondir les histoires, cela peut également ajouter du stress et accroître les attentes en termes d'assistance. Abordez chaque situation en tenant compte des besoins des personnes concernées, en posant des questions sur ce qui est approprié et en prêtant attention aux indices non verbaux afin d'évaluer la capacité mentale, physique et émotionnelle des contributeurs potentiels.

Dans la mesure du possible, cherchez à guider les contributeurs sur la manière de raconter eux-mêmes leurs histoires, en privilégiant des pratiques qui leur permettent de travailler selon leurs propres idées et calendriers de partage. Comme toujours, offrez aux contributeurs la possibilité de se présenter de la manière souhaitée, et faites preuve d'ouverture à l'égard des différentes histoires qu'ils racontent et des manières dont ils souhaitent aborder les problèmes qui affectent leur vie.

Bien que le partage d'histoires puisse représenter une pratique de guérison, tant sur le plan individuel que collectif, le processus peut également faire resurgir des émotions douloureuses et des traumatismes chez les individus. Cherchez à créer un espace sûr pour le récit, mais aussi pour le suivi, par le biais de structures de soutien locales informelles ou formelles (groupes communautaires, prestataires de services locaux ou réseaux informels). De plus, les personnes qui recueillent les histoires nécessitent une formation et un équipement leur permettant d'évaluer les situations pour y déceler tout risque de traumatisme et de préjudice - et prendre des mesures pour prévenir ou répondre à ces facteurs. Dans la mesure du possible,

des conseillers professionnels en protection devraient être présents pour contribuer à guider les personnes qui recueillent les histoires selon des pratiques tenant compte des traumatismes.

Lors du façonnage d'histoires mettant en scène des situations et personnes en situation d'urgence, ou touchées par celle-ci, il peut être particulièrement important de:

- Rechercher de manière créative des moyens de minimiser le risque via la manière dont les histoires sont racontées. Par exemple: en utilisant des images abstraites, en ne montrant pas les caractéristiques identifiables des images, ou en ayant recours à des témoignages anonymes.
- Toujours replacer l'histoire dans son contexte en se rappelant qu'un témoignage ne représente pas la communauté dans son intégralité.
- S'assurer que les individus ne sont pas réduits à des tropes, des archétypes ou des stéréotypes.
- Tenir compte des nuances et des complications ; ne pas présenter de solutions narratives simplifiées face à des circonstances complexes et accablantes.

Lors de l'élaboration d'histoires sur les conflits et les situations d'urgence, il est encore plus important que jamais de prendre garde au danger de simplification d'un groupe ou d'une situation dans son ensemble. Des recherches et des rapports minutieux, accompagnés de vérifications par divers réviseurs compétents, sont essentiels pour garantir des histoires dignes dans de telles situations.

Histoire mise en lumière - **Batman** *War Child*

En coulisses

Kadar (nom fictif), 8 ans, qui figure dans le film, a été forcé de quitter son foyer en Syrie et vit désormais dans un camp de réfugiés au Liban avec sa mère et son père. Comme le fait remarquer War Child, Kadar ne voulait pas parler des choses terribles qu'il a vécues à cause de la guerre. Il s'agit d'un enfant, et il se réfugie souvent dans un monde imaginaire, comme le font les enfants.

Le court-métrage, produit par War Child en partenariat avec Universal, MassiveMusic, In Case of Fire et Sony, a remporté l'or dans la catégorie "Film Craft, Director" aux Cannes Lions 2017 et le prix Golden Radiator 2017. Les Golden Radiator Awards ont été lancés par le Fonds norvégien d'assistance internationale pour les étudiants et les universitaires (SAIH), pour honorer le meilleur - et le pire - des campagnes de collecte de fonds.

Director's Cut: Les principes en pratique

- Dans le film, il n'est pas demandé à Kadar de se pencher sur des souvenirs douloureux. Ce sont plutôt son imagination et sa capacité à se réjouir qui sont célébrées.
- Le contexte rude du camp est présenté en tant que cadre de l'histoire, mais il ne se situe pas au centre de la narration.
- Le public se sent lié à l'esprit de jeu partagé par les enfants du monde entier, car le film attire l'attention, avant tout, sur ce que nous avons en commun.
- Bien que de véritables personnes soient mises en scène, le risque d'un nouveau traumatisme est minimisé grâce à une narration empreinte de fantaisie.
- Le film montre la capacité humaine à faire coexister dans un même espace des émotions très diverses et des "vérités" multiples.
- Le lien symbolique entre le père et le super-héros, Batman, communique la force du père, plutôt que son besoin. Il est présenté comme le héros, et les spectateurs ont le sentiment qu'il s'agit d'un bon père faisant tout ce qu'il peut pour sa famille dans des circonstances difficiles.

Visionnez Batman sur
[https://youtu.be/
PIKewZLeWU8](https://youtu.be/PIKewZLeWU8)

Une scène d'ouverture de Batman, un court-métrage qui a remporté le prix Golden Radiator de Radi-Aid en 2017 (War Child).



Les personnes touchées par la violence sexuelle et sexiste

Les histoires impliquant des incidents de violence sexuelle et sexiste doivent être abordées avec beaucoup de précaution et de réflexion, étant donné les risques inhérents importants de nouveau traumatisme et de représailles ou de préjudice pour les contributeurs.

Lorsque vous travaillez avec des victimes, effectuez le travail de préparation nécessaire pour comprendre les nuances de chaque situation, puis créez un espace sûr approprié. Il est important de comprendre autant que possible la situation et la dynamique culturelle en jeu. Ce travail de fond devrait également comprendre une analyse de la position du contributeur potentiel dans le processus de narration: a-t-il déjà raconté son histoire auparavant ? Combien de fois ? Où ? La connaissance de ces détails permettra d'orienter une approche qui répondra à ses besoins et à son degré de confort, tout en protégeant son bien-être.

Il incombe au narrateur d'aider les contributeurs potentiels à se sentir à l'aise, en gagnant leur confiance via une discussion honnête et l'établissement d'une relation. Le fait de donner l'occasion aux victimes de partager leur histoire peut, et devrait, être une expérience cathartique et valorisante. Bien souvent, les voix des victimes ne sont pas entendues. En demandant directement et respectueusement aux victimes de partager leur histoire - en voulant entendre leur histoire - on reconnaît leur humanité inhérente et la valeur de leur

histoire. Dans ce contexte, le responsable de la collecte d'histoires doit également être en mesure de déterminer s'il est nécessaire d'interrompre l'entretien ou de demander l'aide ou le soutien d'un thérapeute ou d'une personne ayant une formation plus spécialisée.

Limitez le nombre de personnes participant aux interviews pour éviter toute sensation d'intimidation. En fonction du type d'histoire et de la situation, la présence d'une personne du même âge et du même sexe que la personne qui raconte son histoire peut s'avérer utile. Par exemple: un travailleur social que le contributeur connaît bien. Notez que pour certains types de narration, notamment dans le domaine du journalisme, la présence d'une tierce personne peut ne pas être appropriée.

Étant donné le caractère sensible du sujet, prenez le temps nécessaire pour informer les victimes des implications de leur consentement afin qu'elles puissent faire les choix les plus appropriés concernant ce qu'elles souhaitent partager et la manière dont elles souhaitent être présentées. Le fait de prendre le temps de discuter du consentement est également l'occasion d'établir la confiance nécessaire pour qu'une personne partage son histoire. Discutez de ses options concernant le support de l'histoire, car certains formats (par exemple: les podcasts ou la radio) peuvent s'avérer plus utiles pour masquer ou protéger l'identité, lorsque cela est nécessaire ou souhaité. Respectez toujours les lois relatives à la vie

privée et aux détails identifiables. Dans de nombreux endroits, il existe des implications culturelles qui rendent indispensable la dissimulation de l'identité.

Le choix du support aura également un impact sur la mesure dans laquelle le contributeur se sent capable d'avoir une conversation ouverte (Par exemple: être filmé ou avoir une conversation plus privée en tête-à-tête). Cependant, quel que soit le lieu et le moment où l'histoire est racontée, la manière dont elle est perçue par le responsable de la collecte de contenu est d'une grande importance - il convient d'écouter activement avec empathie et cordialité, en évitant tout jugement.

Avec les "histoires de victimes", il est possible d'avoir tendance à répondre aux attentes d'histoires de héros sensationnelles, qui masquent les réalités complexes de situations difficiles. Si vous rédigez l'histoire, faites attention à ces attentes, en choisissant délibérément d'inclure le contexte et de ne pas minimiser le processus de guérison d'un traumatisme.

Une fois l'histoire publiée, les individus peuvent être confrontés à la stigmatisation et à la pression de la communauté. Même après la collecte du contenu, cherchez des moyens de continuer à soutenir les contributeurs en les mettant en relation avec des prestataires de services et des réseaux communautaires de confiance qui s'engagent pour leur bien-être et peuvent le favoriser.

Histoire mise en lumière - **Vies volées**

Smita Sharma pour National Geographic

En coulisses

Smita Sharma a tout d'abord commencé à travailler sur Not my Shame, un projet documentant le viol et la violence sexuelle en Inde, il y a six ans, après avoir rencontré une jeune fille victime de la traite des êtres humains sur le chemin de l'école. Au cours des trois premières années, elle a travaillé sur l'histoire de manière indépendante avant de la présenter à National Geographic. En 2018, elle s'est associée à l'équipe de National Geographic et à l'écrivain Yudhijit Bhattacharjee, pour développer "Vies volées". "Vies volées" a été publié dans le numéro d'octobre 2020 du magazine National Geographic.

Smita aborde son travail de photographe avec empathie et réflexion, en établissant des relations et en traitant avec tact les questions difficiles qui risquent de traumatiser à nouveau la contributrice. Comme elle l'a fait remarquer lors d'un entretien podcast avec le Photography Ethics Centre (lien dans la page suivante), "Je pense que la personne que nous photographions nous fait une faveur en partageant son histoire. Ce n'est pas nous qui lui faisons une faveur, c'est elle qui nous en fait une. Nous nous devons donc de respecter cela".

Alors qu'elle avait 12 ans, S. a quitté son domicile de Narayanganj, au Bangladesh, avec une connaissance de la famille qui lui a promis de lui trouver un emploi à Dhaka. Elle a été remise à un homme qui l'a fait passer au Bengale occidental, puis l'a vendue à une maison close de Mumbai. S. a été réduite en esclavage pendant deux ans avant que la police ne la libère et ne l'envoie dans un refuge. Six mois plus tard, elle a rencontré une femme qui lui a affirmé qu'elle la ramènerait au Bangladesh, mais qui l'a en fait vendue à une maison close de Namkhana, au Bengale occidental. Après avoir été secourue à nouveau, S. est restée un certain temps à Sneha. Elle est maintenant adulte (Smita Sharma).



Director's Cut: Les principes en pratique

- Afin de protéger la vie privée des filles victimes de la traite et de respecter les lois indiennes sur l'identification des victimes de crimes sexuels, l'identité des filles, ou celle des membres de leur famille, n'est pas révélée dans l'histoire.
- Les photographies sont prises de manière à dissimuler le visage des filles. Smita cherche des solutions créatives pour montrer les personnalités sans pour autant divulguer les identités. Par exemple: via l'utilisation de foulards, de lumières et d'ombres, et le positionnement pour rendre une photographie émotive mais non identifiable. Elle essaie d'éviter que les contributrices ne se couvrent le visage, car cela peut avoir une connotation de honte alors que ce n'est pas le cas.
- Conformément aux directives du photojournalisme, Smita n'altère pas les images et ne les modifie pas par post-traitement.
- Smita a passé du temps avec les filles de manière à les mettre à l'aise avant de leur demander si elle pouvait photographier leur vie quotidienne. Elle a

travaillé en fonction de leur emploi du temps et de ce qui leur convenait le mieux. Elle est toujours en contact avec de nombreuses filles.

- Smita privilégie le consentement, qui a été rendu possible grâce à la confiance établie et à l'assurance que les identités ne seraient pas révélées. Comme le souligne Smita dans l'entretien dont le lien figure ci-dessous, "Elles comprennent l'importance du travail de sensibilisation. Elles ont partagé leur histoire dans l'espoir que cela évitera à d'autres filles innocentes de tomber dans les mêmes pièges que ceux dont elles ont été victimes. Elles ne veulent pas que quelqu'un d'autre vive la même chose qu'elles".
- "Vies volées" est un récit en profondeur et à multiples facettes de la traite des êtres humains. Il accorde toute l'attention nécessaire aux contextes économiques et culturels qui permettent la traite, tout en décrivant avec délicatesse les pièges et les nombreux défis de réintégration auxquels sont confrontés les contributrices de l'histoire.

Consultez l'histoire "Vies volées" telle qu'elle a été publiée dans le magazine National Geographic sur <https://www.nationalgeographic.com/magazine/article/stolen-lives-harrowing-story-of-two-girls-sold-into-sexual-slavery-feature>

Lisez l'entretien de Smita avec le Photography Ethics Centre sur <https://www.photoethics.org/content/2020/11/24/interview-with-smita-sharma-on-stolen-lives>

Ou écoutez l'épisode du podcast du Photography Ethics Centre sur l'empathie dans le domaine de la narration avec Smita sur <https://www.photoethics.org/podcast/smita-sharma>



Travailler ensemble pour **Dignified Storytelling**

Nous avons tous un rôle à jouer dans la pratique et la promotion d'une narration digne, à la fois respectueuse, transparente et socialement responsable. Pour faire évoluer la façon dont nous envisageons la création, le partage et la consultation d'histoires, il convient de promouvoir une narration digne, verticalement et horizontalement au sein des organisations, et d'en

discuter avec toutes les parties prenantes, y compris les traducteurs et interprètes, les contributeurs, les donateurs, les publics et les prestataires extérieurs.

Les conseils suivants ne constituent qu'un point de départ pour les discussions formelles et informelles nécessaires à l'harmonisation de notre compréhension et de notre pratique de la narration digne.



Au sein des organisations

Tous les membres du personnel d'une organisation - de la haute direction aux postes de niveau débutant, en passant par tous les services - ont une responsabilité en matière de narration digne. Il est important que les organisations fassent clairement passer le message que la narration digne relève de la responsabilité de chacun. Nous sommes tous responsables des histoires racontées.

Ce manuel de Dignified Storytelling ne remplace pas les politiques organisationnelles, mais il peut être utilisé pour aider les organisations à mettre en place des lignes directrices claires et accessibles sur la narration digne, disponibles pour tout le personnel, dans tous les services. En règle générale, les lignes directrices organisationnelles sont particulièrement utiles si elles:

- Incluent des exemples visuels.
- Listent les choses "à faire" et "à ne pas faire".
- Utilisent un langage sensible et inclusif.
- Sont traduites avec précision dans plusieurs langues, le cas échéant.

- Sont accompagnées d'un référentiel qui facilite l'application pratique, éventuellement en incluant des modèles pour différents types d'histoires ou de collecte de contenu pour guider le développement d'une narration digne.

Une formation appropriée est alors nécessaire pour TOUS les membres du personnel d'une organisation et ne devrait pas être limitée à certains services. Au-delà de ces discussions ou formations formelles, l'intégration de la narration digne nécessite des conversations informelles régulières dans le cadre de la pratique quotidienne de planification, de création et de diffusion des histoires.

Afin de susciter une atmosphère propice à la narration digne, les organisations doivent prévoir suffisamment de temps dans les plans de projet pour que les discussions nécessaires, l'établissement de relations et les processus de consentement puissent se dérouler, lors de la planification et de la collecte du contenu, de manière authentique et significative. Des séances de stratégie devraient également être intégrées aux plans de projet afin de procéder à des évaluations des risques, en envisageant les conséquences possibles d'une histoire.

Par exemple: les implications si une histoire devient virale.

Dans le cadre de leurs processus, les organisations peuvent également mettre en place des mécanismes d'aide à l'apprentissage organisationnel continu, notamment:

- Des processus de commentaires pour aider à améliorer les pratiques en fonction des leçons apprises.
- Des études de cas montrant ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas dans la narration digne en termes d'impact et de collecte de fonds.
- Des discussions sur les valeurs et priorités de l'organisation, dont la détermination des critères de réussite d'une histoire.

De nombreuses organisations auraient tout intérêt à mettre en place un comité de révision avec une représentation diversifiée. Cela peut contribuer à éviter la "tyrannie de l'éditeur [unique]", où le contenu peut perdre du sens et des nuances au cours de la phase d'édition.

ZONE DE TEXTE THÉMATIQUE

Enseignement de l'alphabétisation éthique

Photography Ethics Centre

Sur le moment, il peut s'avérer extrêmement difficile de prendre des décisions éthiques, souvent en une fraction de seconde. Le Photography Ethics Centre est conscient de cela et cherche à fournir aux gens les outils dont ils ont besoin pour aborder l'éthique de la photographie, notamment par le biais d'un climat d'atelier utilisant des exemples et questions pour traiter des questions éthiques complexes.

Le Photography Ethics Centre aborde l'éthique comme des principes guidant le comportement d'une personne. L'éthique est subjective. Cela signifie que chaque personne a une éthique différente, car l'éthique est ancrée dans nos cadres moraux individuels, nos expériences de vie et nos croyances personnelles. Elle est contextuelle, en ce sens qu'elle change en fonction de l'endroit où nous nous trouvons, de la personne que nous photographions et de la manière dont notre travail est présenté. Et elle est flexible, changeant de forme pour s'adapter au contexte et à la situation.

L'utilisation d'une approche basée sur des principes peut aider les narrateurs à composer avec la subjectivité, la contextualité et la flexibilité inhérentes à l'éthique. Nous pouvons tous convenir que certains principes éthiques sont importants, comme l'intégrité et le respect, mais nous pouvons également comprendre que la façon dont nous appliquons ces principes peut varier d'une personne à l'autre et d'un contexte à l'autre. L'utilisation de principes comme fondement permet une formation réactive au changement et peut aider les personnes à adapter leurs réponses en fonction du contexte.

Cependant, pour y parvenir, les photographes (et autres narrateurs) doivent être compétents en matière d'éthique, ce qui signifie qu'ils doivent disposer des compétences nécessaires pour résoudre les dilemmes éthiques et expliquer leur raisonnement éthique. Ces compétences incluent la pensée critique, la connaissance situationnelle et la sensibilité culturelle.



Les photographes compétents en matière d'éthique sont en mesure de gérer les nuances éthiques, de prendre des décisions éthiques judicieuses sur la base des informations dont ils disposent et de comprendre le contexte dans lequel ils travaillent.

En perfectionnant les compétences nécessaires pour faire face à des considérations éthiques difficiles, les photographes peuvent mieux se positionner pour établir des relations, communiquer avec efficacité et raconter des histoires visuelles d'une manière socialement responsable.

Vous pourrez en apprendre davantage sur l'approche de la formation du Photography Ethics Centre et accéder aux ressources sur <https://www.photoethics.org/>

Vous pouvez également consulter le podcast du Photography Ethics Centre, animé par la fondatrice et directrice Savannah Dodd, qui explore les questions éthiques dans le domaine de la photographie avec des photographes réputés et avisés du monde entier sur <https://www.photoethics.org/podcast>

Avec des partenaires extérieurs

Lorsque vous travaillez avec des partenaires extérieurs à votre organisation, les lignes directrices concernant l'approche, le processus et les produits finaux relatifs à la narration doivent être convenues, et idéalement signées, dès le début du projet. Le fait de mener ces discussions au départ permet de s'assurer que les attentes sont claires et de définir la norme pour la manière dont les partenaires interagissent avec les contributeurs ainsi que les valeurs à privilégier dans la prise de décision. Ce manuel de Dignified Storytelling peut être utilisé comme un outil pour parvenir à une compréhension commune de la signification de la pratique de la narration digne.

Au-delà des discussions, une formation peut être nécessaire pour les prestataires extérieurs, tels que les créateurs de contenu ou interprètes, afin de clarifier la terminologie appropriée, les messages, les canaux de communication et les visions du processus et des produits finaux.

Les organisations peuvent souhaiter élaborer des lignes directrices personnalisées pour la collaboration avec des types spécifiques de partenaires extérieurs comme, par exemple, les médias, les donateurs, les célébrités et les personnes influentes, et/ou les entités gouvernementales. Chacun de ces groupes possède

ses propres programmes et paramètres d'engagement pouvant nécessiter différentes étapes pour s'aligner sur une narration digne. Par exemple, la déclaration "Statement of ethical practice on NGO content gathering and use" de Bond s'engage à garantir que "toute communication qui inclut des célébrités ou experts blancs montre les contributeurs comme leurs égaux, plutôt que comme des personnes qui dépendent de leurs connaissances, de leur aide ou de leur pitié".

Les donateurs et les publics sont également des partenaires de la narration, et il convient de leur transmettre aussi les valeurs d'une narration digne. Les histoires sont souvent influencées par la perception de ce qu'un donateur s'attend à voir ou entendre. Les organisations et créateurs de contenu peuvent être amenés à prendre le temps de discuter des questions relatives à la narration avec les donateurs, en les encourageant, le cas échéant, à adopter des modèles de partenariat permettant de raconter des histoires plus complètes.

Comme dans le cas du travail avec les contributeurs, une communication claire, ouverte et honnête avec les partenaires extérieurs est essentielle pour établir des normes de narration partagées qui placent le respect du bien-être des contributeurs comme valeur centrale.

ZONE DE TEXTE THÉMATIQUE

Collecte de fonds "digne"

Dans le domaine de la collecte de fonds pour le développement et l'aide humanitaire, les trente dernières années ont été marquées par un délaissement général des images de souffrance suscitant la pitié au profit de représentations plus positives montrant l'impact potentiel des dons. Toutefois, des recherches limitées, et parfois contradictoires, sur l'efficacité de l'utilisation d'images choquantes par rapport à des images positives pour collecter des fonds, en font un sujet de débat.

De nombreux collecteurs de fonds indiquent que, du moins à court terme, l'utilisation d'images choquantes fait augmenter les dons. Cependant, comme le souligne le référentiel de Common Cause Communication (2015), bien que les "communications moralement coercitives" puissent entraîner un don initial pour dissiper le sentiment désagréable que ces histoires suscitent, il est peu probable qu'elles débouchent sur le sentiment plus profond de connexion et de sollicitude essentiel à l'engagement des personnes sur le long terme.

Selon Common Cause Communication, il semble y avoir une différence significative entre les approches narratives visant à stimuler les pics de dons à court terme et celles recherchant des partenariats à plus long terme ou préconisant une préoccupation et une action accrues autour des problèmes sociaux et environnementaux. À plus long terme, Common Cause Communication prévoit que la communication moralement coercitive sera moins efficace que celle qui cherche à motiver intrinsèquement via des valeurs de "compassion".

Le recours à des images choquantes peut également présenter le risque de mettre l'accent sur la souffrance individuelle plutôt que sur les causes profondes des problèmes, ce qui détourne les personnes de la lutte contre les nombreuses injustices systématiques qui créent et entretiennent la pauvreté.²⁷ En revanche, nombreux sont ceux qui s'opposent au "positivisme délibéré" au motif qu'il est trop simpliste et manque de nuances face à des situations complexes.

Des études existantes ont abouti à des conclusions mitigées quant à l'approche la plus efficace en matière de collecte de fonds. Certaines montrent que la culpabilité peut susciter des dons²⁸, tandis que d'autres constatent une faible différence en termes de probabilité de dons entre les plaidoyers négatifs fondés sur la culpabilité et ceux, plus positifs, fondés sur l'espoir.²⁹

En marge du débat actuel, une toute nouvelle méthode d'analyse s'est développée autour des "cadres" que nous utilisons comme fondement des jugements de valeur portés dans la narration. Dans "Finding Frames", Andrew Darnton et Martin Kirk suggèrent que certains de ces "cadres" sont plus susceptibles de conduire à un engagement public à long terme sur les questions de développement.

L'étude intitulée "Images in online fundraising and marketing: A critical examination of ACFID Members" a recouru à cette idée de cadres pour observer les cadres



²⁷Andrew Darnton et Martin Kirk, "Finding Frames: New Ways to Engage the UK Public in Global Poverty," (Oxfam et UKAid, 2011)

²⁸Debra Basil, Nancy Ridgway et Michael Basil, "Guilt appeals: The mediating effect of responsibility", Psychology and Marketing 23, n° 12 : 1035-1054 (2006).

²⁹David Hudson et al, " Emotional pathways to engagement with global poverty: An experimental analysis," document présenté lors de la réunion annuelle 2015 de l'American Political Science Association, (San Francisco, septembre 2015).

les plus couramment utilisés par le secteur australien du développement pour collecter des fonds. L'étude a révélé que les organisations se fient beaucoup au "cadre de la transaction" ainsi qu'aux "cadres de la bienfaisance et de l'aide aux personnes démunies". Cependant, selon Darton et Kirk, ces cadres présentent chacun des inconvénients dans la mesure où ils réduisent l'interaction avec les problèmes à une transaction financière ou représentent souvent les personnes faisant l'objet des appels comme des bénéficiaires passifs, impuissants et dépendants de l'aide.

L'étude de l'ACFID a identifié une opportunité manquée pour les organisations d'utiliser davantage le "cadre de l'universalisme", avec des appels basés sur la sensibilisation des gens à des valeurs telles que la responsabilité, la serviabilité, la bonté humaine, la solidarité et la justice sociale.

Dignified Storytelling encourage les organisations à mener leurs propres recherches sur les appels de fonds les plus fructueux à court et à plus long terme, tout en considérant également d'autres mesures du succès de la narration en termes de points de vue des contributeurs et de l'impact des histoires sur la manière dont les publics perçoivent les cultures et les situations

dans le monde. Les organisations peuvent développer un "double bilan" pour s'assurer que les campagnes de collecte de fonds sont mesurées à la fois par leur succès en termes de collecte et par leur adhésion à des pratiques de narration digne, ce qui représente une vision plus large que la simple réalisation d'objectifs financiers.

Avec des interprètes et traducteurs

Les interprètes et traducteurs ont un rôle important à jouer dans la narration digne, qui soutient que la communication avec les contributeurs - y compris autour du consentement éclairé - doit se faire dans une langue avec laquelle ils se sentent à l'aise. La traduction exacte des citations, reflétant à la fois le sens littéral et l'esprit dans lequel le sentiment a été exprimé, est également nécessaire pour respecter le principe d'authenticité et d'exactitude de Dignified Storytelling.

Lors de l'identification et de la sélection d'un interprète avec lequel travailler, tenez compte des normes sociales, culturelles et de genre de la localité où la collecte de contenu doit se dérouler. Dans ce cadre, cherchez à engager quelqu'un qui sera en mesure de mettre les

contributeurs à l'aise. Il peut s'agir d'une personne appartenant au même sexe, à la même religion, à la même ethnie ou au même groupe social que les contributeurs - ou le contraire!³⁰ Dans la mesure du possible, demandez au(x) contributeur(s) ce qu'il(s) préfère(nt).

Il peut exister des limitations de ressources ou autres limitations pratiques ne permettant pas d'engager un interprète extérieur. Si tel est le cas, continuez à privilégier la recherche de la meilleure personne possible pour assurer le rôle d'intermédiaire de communication. Il peut s'agir d'une personne de la communauté ou d'une organisation partenaire. Qu'il s'agisse d'une personne engagée de l'extérieur, d'un bénévole ou d'un membre de l'organisation, veillez à l'exactitude des informations en recourant à plusieurs lignes de communication et en prenant le temps nécessaire pour des conversations approfondies.

³⁰Warrington, "Ethical Content Guidelines."



Défendre et éduquer pour **Dignified Storytelling**

Chacun d'entre nous a le pouvoir de contribuer à un changement positif. Chacun d'entre nous a pour responsabilité de défendre des histoires caractérisées par un profond respect, une transparence totale et une responsabilité sociale. Chacun d'entre nous a un rôle à jouer en matière de narration digne.

L'engagement de Dignified Storytelling permet aux individus et aux organisations de s'engager à pratiquer et à défendre une narration guidée par les principes de Dignified Storytelling.

La narration digne peut être initiée via les décisions prises chaque jour par les personnes travaillant dans les services de communication, les salles de rédaction, les équipes de programmes et en tant que créateurs de contenu, spectateurs ou donateurs. Lorsque nous décidons individuellement de privilégier la collaboration et les partenariats, de choisir un langage réfléchi et inclusif, de montrer et de raconter en priorité des histoires plus complètes et plus authentiques, cela peut se répercuter et transformer les cultures organisationnelles - et plus vastes.

De bas en haut et de haut en bas, les organisations peuvent s'engager à valoriser les personnes dans les histoires en intégrant la narration digne dans leurs politiques et pratiques organisationnelles. Et, au fil des décisions que prennent les organisations pour institutionnaliser la narration digne, les normes de pays entiers peuvent, avec le temps, évoluer vers l'attente et la valorisation d'histoires centrées sur le respect profond, la transparence totale et la responsabilité sociale.³¹

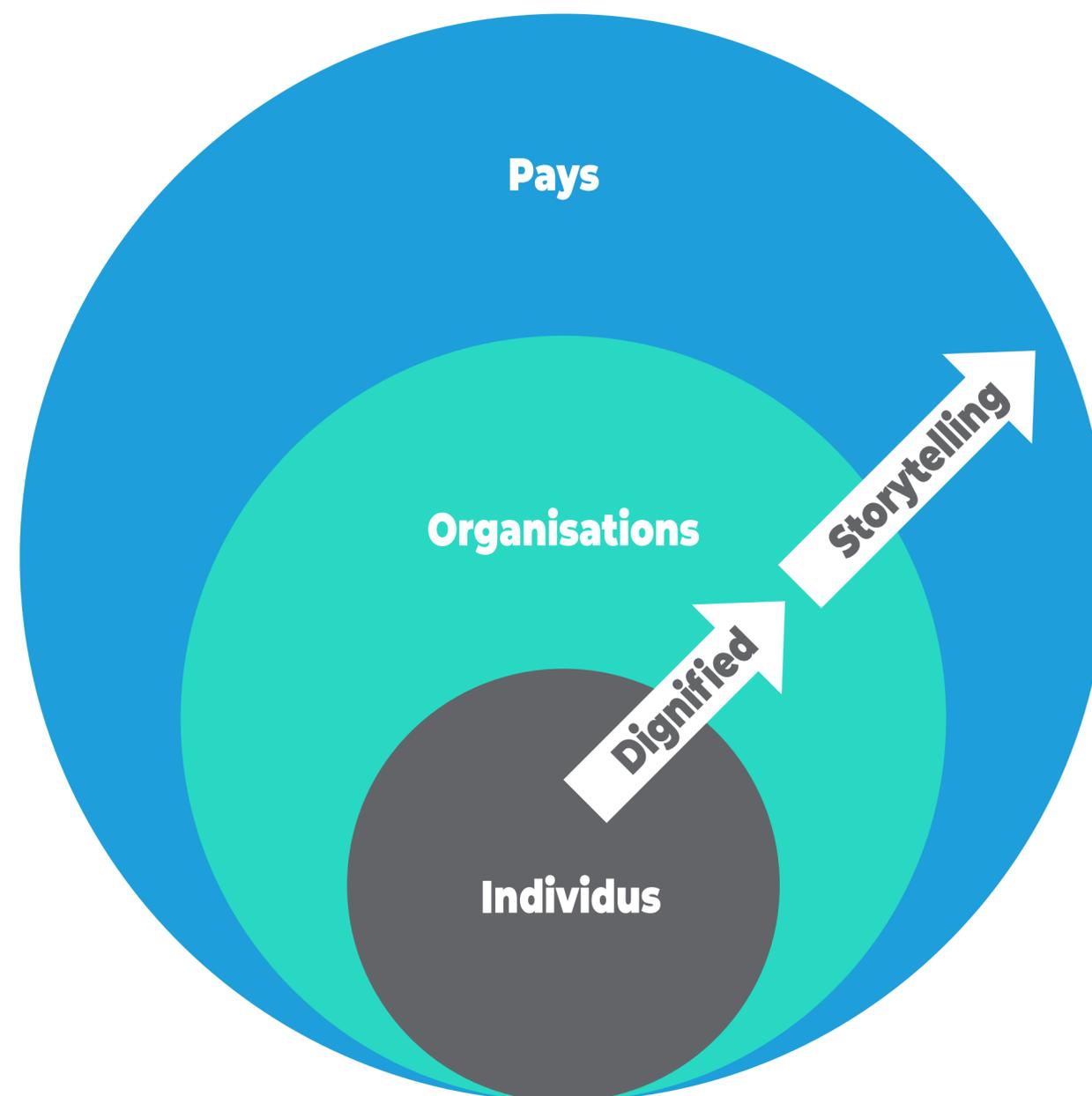


La narration implique toujours une série de choix. Chaque choix logistique, éthique et créatif effectué au fil des processus de planification, de collecte, de développement et de publication de l'histoire façonne cette dernière. Le but de Dignified Storytelling est de faire, de manière collaborative, de petits et grands choix afin de respecter et protéger le rôle et le bien-être des contributeurs. Cela permet d'obtenir des histoires plus complètes et plus nuancées de notre monde.

Nous vous invitons chaleureusement à rejoindre le réseau de supporters en signant l'Engagement de Dignified Storytelling, qui est disponible dans son intégralité, avec des suggestions de points d'action, à l'adresse suivante:

<https://dignifiedstorytelling.com/pledge/>.

Nous avons beaucoup à apprendre les uns des autres et nous vous encourageons à partager cet Engagement avec vos propres réseaux, afin de faire évoluer le mouvement en faveur d'une narration digne.



³¹À mesure que vous, et/ou votre organisation, poursuivrez des approches de narration digne, vous pourrez trouver d'autres ressources et lectures complémentaires au sein de la rubrique "Références et lectures complémentaires".

Glossaire

PRÉJUGÉ: Opinion préconçue au sujet de quelque chose ou de quelqu'un pouvant être implicite (inconsciente, sans qu'une personne en soit consciente) ou explicite (consciente, avec une prise de conscience des sentiments et des attitudes).

CONTENU: Ce dont sont faites les histoires. Il peut inclure des textes, des images, des sons, des vidéos et des données (ACFID).

RESPONSABLE DE LA COLLECTE DU CONTENU: Quelqu'un qui documente l'histoire d'un contributeur par le biais de photographies, vidéos, entretiens oraux et témoignages écrits (ACFID).

COLLECTE DE CONTENU: Processus de collecte d'images (photographie et vidéographie) et/ou d'histoires personnelles.

CONTRIBUTEURS: Personnes figurant dans les films, les photographies et les entretiens connexes (Bond, 2019).

NORMES CULTURELLES: Compréhension informelle de la conduite de groupe qui régit le comportement des membres d'une société (ACFID).

DIGNITÉ: Qualité avec laquelle chaque personne est née ;

notre valeur intrinsèque en tant qu'être humain (Global Dignity).

URGENCES: Situations nécessitant une action immédiate, pouvant résulter d'épidémies, de catastrophes naturelles ou technologiques, de conflits ou d'autres causes d'origine humaine.

CONSENTEMENT ÉCLAIRÉ: Lorsqu'un contributeur donne l'autorisation de publier son histoire en toute connaissance des conséquences possibles, y compris les éventuels risques et avantages. Le consentement éclairé doit être accordé librement.

RESPONSABLE LÉGAL: Personne habilitée à prendre des décisions pour le(s) mineur(s) dont elle a la charge ; il peut s'agir d'un parent, d'un enseignant, d'un tuteur ou d'un autre membre de la famille responsable.

VIE PRIVÉE: Droit d'une personne à contrôler l'accès à ses informations et à son identité (ACFID).

SAUVEGARDE: Protection de la santé, du bien-être et des droits de l'homme des personnes. Au sein des secteurs du développement et de l'humanitaire, on entend généralement par là la protection des personnes contre

les préjudices résultant d'un contact avec le personnel ou les programmes d'une organisation (BOND).³²

STIGMATISATION SOCIALE: Désapprobation sociale d'une personne en raison d'une caractéristique particulière qui la distingue des autres dans la société ; un "stéréotype dévalorisé" (Matthew Clair, Université de Harvard).

STÉRÉOTYPE: Image ou idée largement répandue mais figée et trop simplifiée d'un type particulier de personne ou de chose (Oxford Languages).

NARRATEURS: Personnes chargées de créer et/ou de conserver du contenu via des écrits, des photographies, des films, des enregistrements audio ou une combinaison de méthodes.

NARRATION: Fait de partager des histoires.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD): 17 objectifs mondiaux, adoptés par tous les États membres des Nations unies en 2015 à titre d'appel universel à l'action pour mettre fin à la pauvreté, protéger la planète et faire en sorte que tous les individus connaissent la paix et la prospérité d'ici 2030.

³²Des définitions de la sauvegarde émanant de plusieurs organisations internationales sont consultables via les "Safeguarding definitions and reporting mechanisms for UK NGOs" | Bond, avec d'autres définitions liées au concept de sauvegarde.

Références

Conseil australien pour le développement international (ACFID). "Guidance on Ethical Decision-Making Framework for Communications." Australie: ACFID, 2019.

Basil, Debra, Nancy Ridgway, et Michael Basil. "Guilt appeals: The mediating effect of responsibility.", *Psychology and Marketing* 23, n° 12, (2006).

Bond People in the Pictures Group. "Putting the People in the Pictures First: Ethical guidelines for the collection and use of content (images and stories)." Londres: Bond, 2019.

Civil Society in Development (CISU). "Reframing the Message: Changing Narratives. European Union." 2015.

Crombie, Jess. "You've been reframed: How ought beneficiaries be represented in fundraising materials?" *Rogare*, 2020.

Crombie, Jess, Rachel Erskine, Ivy Lahon et al. "Race and Representation in NGO Storytelling: Response to 5 Frequently Asked Questions." Bond, 2020. https://www.bond.org.uk/news/2020/09/race-and-representation-in-ngo-storytelling-responses-to-5-frequently-asked-questions?utm_medium=email&utm_campaign=Network%20News%201%20October%202020&utm_content=Network%20News%201%20October%202020+Version+B+CID_935aefe7ce8478c2b0fd99364d34802b&utm_source=Campaign%20Monitor&utm_term=Read%20more

Crompton, Tom et Netta Weinstein. "Common Cause Communication: A toolkit for charities." Londres: Fondation Common Cause, 2015.

Darnton, Andrew et Martin Kirk. "Finding Frames: New ways to engage the UK public in global poverty." Londres: Oxfam et UKAid, 2011.

Freedom Collaborative, Chab Dai, et Liberty Asia. "Guidance Note on Use of Victims' Images." 2016.

Gering, Jeanny. "Reporting on Refugees: Tips on Covering the Crisis." Dart Centre Europe, Columbia University Journalism School. <https://dartcenter.org/resources/reporting-refugees-tips-covering-crisis>

Girling, David "Which Image do you Prefer? A Study of Visual Communication in Six African Countries" RadiAid, 2018. <https://static1.squarespace.com/static/52720d41e4b024943bdf6241/t/5c0930151ae6cf17b15fc46e/1544106023462/RADIAIDRESEARCH.pdf>

Hudson, David et al. "Emotional pathways to engagement with global poverty: An experimental analysis." San Francisco: document présenté lors de la réunion annuelle 2015 de l'American Political Science Association, 2015.

International Rescue Committee. "Obtaining Meaningful and Informed Consent: IRC Research Toolkit." <ircobtainingmeaningfulinformedconsent-ext.pdf> (rescue.org)

Lentfer, Jennifer. "The Development Element: Guidelines for the future of communicating about global poverty." 2014. https://issuu.com/howmatters/docs/the_development_element

Lentfer, Jennifer. "Changing the narrative: Weaving #ShiftThePower throughout the #Globaldev sector." Série de webinaires, Fonds mondial pour les fondations communautaires. <https://globalfundcommunityfoundations.org/news/dialogue-series-considers-how-communications-strategies-framing-and-tactics-can-support-efforts-to-shiftthepower/>

Lentfer, Jennifer. "Telling truer stories of how we change the world." Thousand Currents, 2018. <https://thousandcurrents.org/telling-truer-stories-of-how-we-change-the-world/>

Magee, Helen. "The Aid Industry – What Journalists Really Think." L'International Broadcasting Trust, 2014.

Moreton, Emily. "Images in online fundraising and marketing: A critical examination of ACFID Members' practice and perspectives." Canberra: Conseil australien pour le développement international, 2018.

Photovoice. "Statement of Ethical Practice." <https://photovoice.org/about-us/photovoice-statement-of-ethical-practice/>

Radi-Aid. "How to Communicate the World: A social media guide for volunteers and travellers." 2017. <https://www.radiaid.com/social-media-guide>

UNICEF. "Ethical Reporting Guidelines: Key principles for reporting on children and young people." <https://www.unicef.org/media/reporting-guidelines>

UNHCR. "Operational Data Portal, Columbia." 2021. <https://data2.unhcr.org/en/country/col>

UNHCR et IOM. "Reporting on Migration and Refugees: guidelines for Journalists." 2018.

Nations Unies. "Communications for Development: Strengthening the Effectiveness of the United Nations." New York: UNDP, 2011.

Warrington, Siobhan et Jess Crombie. "The People in the Pictures: Vital Perspectives on Save the Children's Image Making." Londres: Save the Children Royaume-Uni, 2017.

Warrington, Siobhan et Wouter Fransen. "Ethical Content Guidelines: Upholding the rights of the people in the pictures in content gathering, management, and use." Oxfam, 2020.

WaterAid. "Ethical Image Policy." 2021. <https://www.wateraid.org/us/sites/g/files/jkxoof291/files/Ethical%20Image%20Policy.pdf>

World Press Photo. "See the Story". 2020. <https://www.worldpressphoto.org/programs/see-the-story#:~:text=See%20the%20Story%20is%20a,Foundation%20in%20the%20visual%20world.>

Lectures complémentaires

Guides, études et outils

Brook, Paul. "Framing Toolkit: Talking about [UK] Poverty." Fondation Joseph Rowntree, 2019. <https://www.jrf.org.uk/report/framing-toolkit-talking-about-poverty>

Bus Stop Films. "The Inclusive Filmmaking Toolkit." <https://inclusivetoolkit.com/>

ComNetwork. "Storytelling for Good." <https://storytelling.comnetwork.org/>

Ethical Storytelling. "Resources." <https://www.ethicalstorytelling.com/resources/>

"My Story, My Dignity: Content Guidelines." <https://www.freedomunited.org/my-story-my-dignity-guidelines/>

OpenGlobalRights. "A Guide to Hope-based Communications." <https://www.openglobalrights.org/hope-guide/>

Sachrajda, Alice et Lena Baumgartner. "More than words: How communicating our shared values and mutual connections can bring hope for a new tomorrow." Thomas Paine Initiative, 2019. <https://www.ariadne-network.eu/wp-content/uploads/2015/03/More-Than-Words.pdf>

Underhill, Ralph. "A Practical Guide for Communicating Global Justice & Solidarity: An alternative to the language of development, aid and charity," Londres: Framing Matters pour Health Poverty Action (HPA). [https://www.healthpovertyaction.org/wp-content/](https://www.healthpovertyaction.org/wp-content/uploads/2019/04/A-Practical-Guide-For-Communicating-Global-Justice-and-Solidarity.pdf)

[uploads/2019/04/A-Practical-Guide-For-Communicating-Global-Justice-and-Solidarity.pdf](https://www.healthpovertyaction.org/wp-content/uploads/2019/04/A-Practical-Guide-For-Communicating-Global-Justice-and-Solidarity.pdf)

VanDeCarr, Paul. "Storytelling & Social Change: A Strategy Guide for Grantmakers." Working Narratives, 2013. <https://workingnarratives.org/wp-content/uploads/2013/08/Story-Guide.pdf>

Utilisation du langage

Aloudat, Tamman. "The damage aid workers can do - with just their words" The National, 2021. <https://www.thenationalnews.com/opinion/comment/the-damage-aid-workers-can-do-with-just-their-words-1.1190907>

Bansal, Sarika. "Cockroaches, Demons, Pregnant Bellies: This is the Language of Dehumanization." Bright, 2018. <https://brightthemag.com/cockroaches-demons-pregnant-bellies-language-dehumanization-racism-animals-sexism-75ead6aace6e>

Conscious Language and Design. "Conscious Style Guide." <https://consciousstyleguide.com/>

Global Press Journal. "The Global Press Style Guide" <https://globalpressjournal.com/style-guide/>

Long-Dash. "11 Foundational Principles to Make Stories more Inclusive." <https://www.longdash.co/wp-content/uploads/2021/05/DEI-Inclusive-Storytelling-longdash.pdf>

People with Disabilities Australia. "Identity-first versus Person-first Language." <https://pwd.org.au/resources/disability-info/language-guide/identity-vs-person/>

Nations unies. "Gender Inclusive Language Guidelines and Toolbox." <https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/index.shtml>

Alliance des Civilisations des Nations Unies (UNAOC). "Media Friendly Glossary on Migration." <https://www.unaoc.org/resource/media-friendly-glossary-for-migration/>

Conventions et déclarations des Nations unies

Nations unies. Déclaration universelle des droits de l'homme. 1948. <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

Nations unies. Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes. 1979. <https://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/>

Nations unies. Convention relative aux droits de l'enfant. 1989. <https://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/crc.aspx>

Nations unies. Convention relative aux droits des personnes handicapées. 2007. <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>

Nations unies. Déclaration des droits des peuples autochtones. 2007. <https://www.un.org/development/desa/indigenouspeoples/declaration-on-the-rights-of-indigenous-peoples.html>

Annexe A:

Résumé des consultations de Dignified Storytelling

Les six consultations de Dignified Storytelling ont été menées via Zoom entre octobre 2020 et mai 2021. Au total, 144 individus différents, représentant 116 entités, ont assisté à au moins une consultation. Les participants étaient notamment des responsables de la communication, des experts, des narrateurs, des journalistes, des photojournalistes, des vidéastes, des universitaires et du personnel de programme d'agences de développement international, d'INGOS/ONG, de fondations, d'organisations caritatives, d'entreprises, d'universités et de sociétés de médias.

Un bref rapport relatif à chaque consultation, résumant les principaux points de discussion, est téléchargeable sur le site Internet de Dignified Storytelling à l'adresse suivante: <https://dignifiedstorytelling.com/consultations/>

Les consultations ont été facilitées par Sajida H. Shroff et Jamie Vinson du Groupe Altamont, avec le soutien des chefs de groupe et des panélistes listés ci-dessous.

Consultation 1

TITRE: Mettre en pratique la narration digne

DATE: 21 octobre 2020

NOMBRE DE PARTICIPANTS: 27

CHEFS DE GROUPE: Nina Ford (Fonds mondial pour les enfants) et Liz Cheesbrough (The Good Side)

La consultation n° 1 a fait office d'introduction pour Dignified Storytelling et d'autres personnes partageant le même intérêt pour la narration d'histoires percutantes et éthiques. La discussion a été axée sur les mesures pratiques que les narrateurs prennent pour s'assurer que leurs histoires promeuvent le respect de la dignité humaine.

Consultation 2

TITRE: La narration avec des populations marginalisées

DATE: 9 décembre 2020

NOMBRE DE PARTICIPANTS: 41

CHEFS DE GROUPE: Michael Kass (Story & Spirit), Roger Jenkins (Federation of Asian Storytellers), et Lucy McCray (The Freedom Story)

Au cours de la consultation n° 2, les participants ont discuté des bonnes pratiques de travail auprès de groupes spécifiques souvent victimes de discrimination et d'exclusion (sur le plan économique, politique, culturel et social), notamment les personnes souffrant de handicaps, les personnes touchées par des conflits et des situations d'urgence, et les victimes de violences sexuelles et sexistes.

Consultation 3

TITRE: Travailler ensemble pour une narration digne

DATE: 23 janvier 2021

NOMBRE DE PARTICIPANTS: 30

CHEFS DE GROUPE: Nina Ford (Fonds mondial pour les enfants) et Constance Dykhuizen (Fondation JP's Peace Love Happiness)

La consultation n° 3 visait à rassembler des stratégies pour encourager toutes les parties prenantes de la narration - au sein des organisations et lorsqu'elles travaillent avec des partenaires et publics extérieurs - à pratiquer et promouvoir une narration digne.

Consultation 4

TITRE: Aborder les dilemmes éthiques et pratiques liés à la narration visuelle

DATE: 3 mars 2021

NOMBRE DE PARTICIPANTS: 43

CHEFS DE GROUPE: Tara Todras-Whitehill (TaraTW Visual Storytelling Agency)

PANÉLISTES: Munizae Jahangir (réalisateur de documentaires et journaliste en radiotélédiffusion), Lisa

Kristine (photographe internationale spécialisée dans l'humanitaire), Waleed Shah (photographe), Dr Rebecca Swift (responsable international de Creative Insights, Getty Images).

Une table ronde et des conversations de groupe au cours de la consultation n° 5 ont été consacrées aux approches de la narration digne - tant au niveau des défis éthiques que des solutions créatives et pratiques - dans le domaine de la photographie, des films et d'autres formes d'art visuel.

Consultation 5

TITRE: Déplacement, migration et narration digne

DATE: 14 avril 2021

NOMBRE DE PARTICIPANTS: 52

CHEFS DE GROUPE: Keeya-Lee Ayre (GSMA), Ingrid Guyon (Fotosynthesis), et Kellie Ryan (International Rescue Committee)

Lors de la consultation n° 5, les participants ont examiné les défis et opportunités que représente le fait de raconter des histoires dans des contextes de déplacement et de migration. Les discussions ont souligné le potentiel de l'utilisation de méthodes de narration participatives pour aider les personnes affectées par des déplacements à raconter leurs propres histoires.

Consultation 6

TITRE: Le langage de la narration digne

DATE: 26 mai 2021

NOMBRE DE PARTICIPANTS: 45

CHEFS DE GROUPE: Daniel Dickinson (Département des communications mondiales de l'ONU), Nina Ford (Fonds mondial pour les enfants) et Ragy Saro (Expo 2020 Dubai).

La consultation n° 6 avait pour objet de recueillir le point de vue des participants sur les termes couramment utilisés dans les secteurs du développement et de l'humanitaire. En partageant leurs expériences de travail dans les domaines de la communication, de la création de contenu et du milieu universitaire, les participants ont offert des conseils sur les lignes directrices en matière d'utilisation du langage afin d'aider les narrateurs à honorer la dignité humaine à travers les mots choisis.

Annexe B:

Participants aux consultations sur Dignified Storytelling

Dignified Storytelling exprime sa gratitude pour les contributions précieuses des participants aux consultations suivants, qui ont généreusement partagé leurs idées et expériences (Énumération par ordre alphabétique, sur la base du prénom):

Agostina Rapanelli (DP World), Alanna O-Donnell (Global Dignity), Alba Lopez (UNWTO), Anastasiya Pak (Aflatoun International), Anna Boyiazis (Photographe), Anna Uzarowska (Altamont Group), Ariel Sophia Bardi (UNFAO), Aulia Adila (Secrétariat de l'ANASE), Ava Bahrami (APDIM-ESCAP), Ayaz Ali (Dubai Cares), Ayesha Khatib (The Citizens Foundation), Baela Jamil (ITA), Beau Barberis (Global Dignity), Brittney Potvin (Conseil nordique pour la coopération mondiale), Byrone Wayodi (Asante Africa Foundation), Carol Jimenez (Association Kusi Warma), Carole Chapelier (Université de New York Abu Dhabi), Carrie Pena (buildOn), Caryn Bladt (buildOn), Cassandra Wye (International Inclusive Storyteller), Chandra Chakma (BRAC), Chiara Beneventi (The Baobab Home),

Christian Jepsen (NRC), Christine Condo (Sustainable Growers Rwanda), Claudia Esparza (Nanas & Amas), Claudia Rosel (IOM), Clelia Kakunze (Union africaine), Constance Dykhuizen (Fondation JP's Peace Love and Happiness), Dana Del Vecchio (World Education), Dane McQueen (Ministère des affaires étrangères des EAU), Daniel Dickinson (UNDGC), Dee Abbott (Children in the Crossfire), Delice Fatiro (Resonate), Devyani Pershad (Pratham), Diana Gascon (VIVEWORLD), Elena Christy (Université de Waterloo), Elisabeth Waechter (Département des communications mondiales des Nations unies), Elizabeth English (Université de Waterloo), Emily Franchett (Harvard T. H. Chan School of Public Health), Fernando Guevara (Holacode), Florence Kim (Réseau des Nations unies sur les migrations), Gabriella Polletta (Golletta Productions), Gareth Benest (Spécialiste des médias), Giulia Tarantino (CESIE), Hanouf Alotaibi (UNHCR), Ingrid Guyon (Fotosynthesis), Jamie Vinson (Altamont Group), Jane Body (Mama Hope), Jayashri

Wyatt (UNDGC), Joanna Demarco (Photographe), Joanna Watkins (Educate!), Jodi Hilton (Jodi Hilton Photography), Joe Ansah (Save the Children), John Sorek (buildOn), Jonathan Tiong (Université nationale de Singapour), Jorge Fernandez (VIVEWORLD), Judith Madigan (BRANDOUTLOUD), Julie Sims (Room to Read), Karen Cirillo (UNDP), Karima Rehmani, (Harvard T. H. Chan School of Public Health), Katelin Raw (VVOB), Katharina Goetze (UNECA), Katja Hinz (IIEP-UNESCO), Kaylois Henry (OHCHR), Keeya-Lee Ayre (GSMA), Kellie Ryan (IRC), Khalifa Al Suwaid (Dubai Cares), Kusuma Wijaya (Secrétariat de l'ANASE), Lauren Pires (GSMA), Leva Kwestany (The Good Side), Lilian Sayegh (Dubai Cares), Lina Elkurd (UNICEF), Lionel Ntasano (Nonara Productions Inc), Lisa Atkinson (Fizzy Compass), Lisa Kristine (Photographe), Liz Cheesbrough (The Good Side), Luciana Ciccocioppo (Université de Toronto), Lucy McCray (The Freedom Story), Lucy Wilson (Teach a Man to Fish), Lunga Kupiso (Commission de l'Union africaine), Mai



Farouk (Save the Children), Maitha AlSaadi, (MOFAIC des EAU), Mara Chan (The Luminos Fund), Maretta Silverman (The Luminos Fund), Mariana Chaves (Expo 2020 Dubai), Mariana Miragaia (World Humanitarian Forum), Marloes van Luijk (WWF Pays-Bas), Md. Maksudur Rahman (Bangladesh Environment and Development Society), Michael Kass (Story & Spirit), Michal Szymanski (Département des affaires économiques et sociales des Nations unies), Munizae Jahangir (Journaliste de radiotélédiffusion et producteur exécutif), Munther Ayache (Canon), Mustika Hapsoro (Secrétariat de l'ANASE), Natasha Hirst (Photographe), Neel Shukla (Four Seasons Ramesh Gallery), Nekane Ozamiz (NKProductions.org), Nicholas March (The National), Nicky Quamina-Woo (Photographe), Nicolas Meulders (OHCHR), Nihel Chabrak (UAEU Expo Pavilion), Nina Ford (Fonds mondial pour les enfants), Noha Hefny (People of Impact), Nusser Sayeed (Go Read.pk), Nyo Mee Oo (Doh Eain), Perpétue Miganda (FemWise-Africa), Peter Chege (Hydroponics Africa Limited), Quintina Valero (Quintina Valero Photography), Raefah Makki (UNHCR), Ragy Saro (Expo 2020 Dubai), Rebecca Swift (Getty Images), Rituu B Nanda (Fonds mondial pour les enfants), Rodrigo Barraza (Fonds mondial pour les enfants), Roger Jenkins

(Federation of Asian Storytellers), Roman Levchenko (UNAIDS), Rosalia Galan (UNAOC), Rowen Ball, United World Schools, Rumana Husain (Auteure), Sabrina Giyasova (UN Expo 2020), Sadia Anwar (Historically), Sajida H. Shroff (Altamont Group), Sally McMillan (OHCHR), Sandra Boone (Université du Minnesota), Sandra Dixon (Communauté latine du Royaume-Uni), Sara Al-Boom (Dubai Cares), Savannah Dodd (Photography Ethics Centre), Shelia Kibuthu (Sanergy), Shermin Mheidly (Dubai Cares), Simone Sales (Federation of Asian Storytellers), Sonya Armaghanyan (IOM), Sophie Pitcher, GSMA, Suhael Al Owis (Interesting Engineering), Susannah Birkwood (WWF), Susannah Price (UN-Habitat), Tamman Aloudat (MSF), Tara Todras-Whitehill (Narratrice visuelle et consultante), Thor Morales (PlusPeace & InsightShare), Tobias Denskus (Université de Malmö), Tom Bradley (Photographe), Victoria Bridges (Lotus Films), Waleed Shah (Photographe), Waqas Rafique (Centre du commerce international), Wunpini Fatimata Mohammed (Université de Géorgie), Zeina Habib (WFP), Zeinab Ali (UNRCO)

Annexe C:

Contributeurs des histoires mises en lumière

Les histoires mises en lumière figurant dans le manuel de Dignified Storytelling vous sont proposées par les organisations et personnes suivantes. Merci d'avoir partagé vos belles histoires avec nous!

Classement en fonction de la rubrique du manuel dans laquelle elles apparaissent.

PRINCIPE N° 1

La GSM Association (GSMA)

La GSMA représente les intérêts des opérateurs de téléphonie mobile dans le monde entier, réunissant plus de 750 opérateurs et près de 400 entreprises de l'écosystème mobile au sens large. Le fonds "GSMA Mobile for Humanitarian Innovation" vise à promouvoir l'innovation en matière d'utilisation de la technologie mobile pour relever les défis humanitaires.

<https://www.gsma.com/>

<https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/mobile-for-humanitarian-innovation/innovation-fund/>

The Girl Effect

Girl Effect est une organisation internationale à but non lucratif qui crée des médias que les filles souhaitent, auxquels elles font confiance et dont elles ont besoin. Qu'il s'agisse de chatbots, de talk-shows, de fictions télévisées ou de technologies, le contenu de Girl Effect aide les adolescentes d'Afrique et d'Asie à opérer des choix et des changements dans leur vie.

<https://www.girleffect.org/>

PRINCIPE N° 2

Le Fonds mondial pour les enfants (GFC)

Le Fonds mondial pour les enfants s'associe à des organisations communautaires du monde entier pour aider les enfants et les jeunes à atteindre leur plein potentiel et à faire progresser leurs droits.

<https://globalfundforchildren.org/>

PRINCIPE N° 3

The Good Side

The Good Side est une société de réflexion et d'idées créatives qui aide les personnes à comprendre et à influencer les systèmes, la société et la culture.

<https://thisisthegoodside.com/>

Sacred Groves

Sacred Groves est une plateforme qui permet aux personnes et aux entités soucieuses de l'environnement de contribuer à la protection de notre environnement, de la forêt tropicale, de la vie sauvage et des habitats naturels.

<https://www.sacredgroves.earth/>

PRINCIPE N° 4

Ingrid Guyon

Ingrid Guyon est une photographe, productrice de self-



shooting, réalisatrice et professionnelle des médias visuels participatifs. Il s'agit également d'une ardente défenseuse d'un monde meilleur via l'engagement communautaire et l'autoreprésentation.

<http://www.ingridguyon.com/>

Mujer Diaspora

Mujer Diaspora est une initiative développée par la diaspora colombienne pour se rendre visible à la fois en Colombie et dans les pays de résidence. Elle privilégie la guérison psychosociale, l'autonomisation des femmes et le développement de méthodologies innovantes pour contribuer à des processus de paix plus transformateurs et durables.

www.mujerdiaspora.com

PRINCIPE N° 5

Innovation for Development (I4D)

Innovation for Development a été fondée pour répondre à la question fondamentale suivante: Comment pouvons-nous générer des idées innovantes et développer de meilleures réponses aux problèmes les plus difficiles du monde ?

<https://www.i4d.com.tr/>

Waleed Shah

Waleed Shah est un photographe basé aux Émirats arabes unis et un photographe officiel de Fuji-X. Ingénieur chimiste de formation, il s'est intéressé à la photographie et travaille désormais avec des marques de premier plan dans différents secteurs.

<https://www.waleedshah.ae/>

PRINCIPE N° 6

WaterAid

WaterAid a été créée en 1981 car aucune organisation à but non lucratif de ce type n'existait. WaterAid est déterminée à rendre l'eau potable, les toilettes fiables et une bonne hygiène accessibles à tous, partout, en l'espace d'une génération.

<https://www.wateraid.org/us/>

Haut-Commissariat des Nations unies aux droits de l'homme (Droits de l'homme par l'ONU)

Le Haut-Commissariat aux droits de l'homme (Droits de l'homme par l'ONU) correspond à la principale entité des Nations unies en matière de droits de l'homme. Il représente l'engagement du monde entier à promouvoir et protéger l'ensemble des droits de l'homme et des libertés définis dans la Déclaration universelle des droits de l'homme.

<https://www.ohchr.org/EN/Pages/Home.aspx>

PRINCIPE N° 7

Gareth Benest

Gareth est un spécialiste de la communication et des médias participatifs qui fournit des services de conseil aux organisations du secteur du développement international. Gareth a rédigé des guides sur divers aspects de la pratique de la vidéo participative, pouvant être téléchargés gratuitement à l'adresse suivante: [gareth benest \(equals.org.uk\)](http://garethbenest.org.uk)

Transparency International

Transparency International est un mouvement mondial qui œuvre dans plus de 100 pays pour mettre fin à l'injustice de la corruption.

À propos - Transparency.org

PRINCIPE N° 8

Gambia Participates

Gambia Participates est une organisation de la société civile dirigée par des jeunes et axée sur le renforcement de la transparence et de la responsabilité dans le secteur public.

Gambia Participates – Améliorer la vie des communautés en promouvant une bonne gouvernance



Conseil nordique pour la coopération mondiale (NCGC)

Le NCGC est un chef de file dans la mobilisation des Canadiens du Nord sur les questions de justice sociale et de durabilité à l'échelle mondiale. Le NCGC fournit des possibilités d'éducation sur des questions mondiales telles que la pauvreté, la santé, l'égalité et les droits de l'homme, et encourage les individus à adopter des mesures significatives.

<https://www.ncgc.ca/>

StoryCentre Canada

StoryCentre Canada travaille avec des organisations et communautés pour créer des programmes basés sur des histoires, dans le monde entier. Le processus de groupe de StoryCentre aide les individus à trouver, partager et écouter les histoires de chacun à la première personne.

<https://www.storycentre.ca/>

PRINCIPE N° 9

The Freedom Story (TFS)

The Freedom Story œuvre à la prévention et à la protection des enfants vulnérables contre l'exploitation par l'éducation, le mentorat, les droits de l'homme et la diminution de la pauvreté.

<https://thefreedomstory.org/>

Haut Commissariat des Nations unies pour les réfugiés (UNHCR)

Le Haut Commissariat des Nations unies pour les réfugiés est un organisme des Nations unies chargé d'aider et de protéger les réfugiés, les communautés déplacées de force et les personnes apatrides, et de contribuer à leur rapatriement volontaire, à leur intégration locale ou à leur relocalisation dans un pays tiers.

<https://www.unhcr.org/>

PRINCIPE N° 10

Fonds mondial pour la nature (WWF Pays-Bas)

L'organisation leader dans le domaine de la conservation de la vie sauvage et des espèces menacées, dont la mission est de préserver la nature et de réduire les menaces les plus urgentes qui pèsent sur la diversité de la vie sur Terre.

<https://www.worldwildlife.org/>

Union internationale pour la conservation de la nature (IUCN Pays-Bas)

L'IUCN est une organisation internationale de protection de la nature, basée à Amsterdam, qui œuvre à la sauvegarde de la nature, fondement de toute vie sur terre.

<https://www.iucn.nl/>

International Rescue Committee (IRC)

L'International Rescue Committee (IRC) est une organisation non gouvernementale mondiale d'aide humanitaire, de secours et de développement qui répond aux pires crises humanitaires du monde et aide les individus à survivre et à reconstruire leur vie.

<https://www.rescue.org/>

Dubai Cares

Depuis sa création, Dubai Cares, qui fait partie de la fondation Mohammed bin Rashid Al Maktoum Global Initiatives, œuvre pour permettre aux enfants et aux jeunes des pays en développement d'accéder à une éducation de qualité via la conception et le financement de programmes se voulant intégrés, percutants, durables et évolutifs. En conséquence, l'organisation philanthropique mondiale basée aux Émirats arabes unis a lancé avec succès des programmes d'éducation touchant plus de 20 millions de bénéficiaires dans 60 pays.

<https://www.dubaicarees.ae/>



ENFANTS ET JEUNES

Lisa Atkinson

Lisa Atkinson est directrice générale de Fizzy Compass Ltd, une agence de marketing créatif dont l'objectif est d'aider les petites et moyennes entreprises et les organisations à but non lucratif à transmettre leur message, leurs services et leurs produits au bon public pour un succès maximal.

<https://twitter.com/fizzycompass>

FILLES ET FEMMES

Save the Children

Save the Children est l'une des principales organisations humanitaires dédiées aux enfants. Elle vise à améliorer la vie des enfants par le biais d'une meilleure éducation, de soins de santé et d'opportunités économiques, ainsi qu'à fournir une aide d'urgence en cas de catastrophes naturelles, guerre et autres conflits.

<https://www.savethechildren.org/>

PERSONNES SOUFFRANT DE HANDICAPS

BRANDOUTLOUD

BRANDOUTLOUD est une agence de création animée par des ondes positives.

<http://www.brandoutloud.org/about>

OneFamilyPeople

OneFamilyPeople est basée en Sierra Leone, où elle fournit un éventail complet de services pour permettre aux personnes souffrant de handicaps d'atteindre leur plein potentiel. OneFamilyPeople intervient dans les domaines de la santé, de l'autonomisation économique et de l'éducation pour fournir des programmes et services ayant un impact.

<https://onefamilypeople.org/>

Fondation Hashoo (HF)

La Fondation Hashoo contribue au développement humain et à la diminution de la pauvreté en mettant en place des programmes viables de développement économique, d'éducation et de renforcement des capacités au Pakistan.

<https://hashoogroup.com/hashoo-foundation>

PERSONNES TOUCHÉES PAR DES SITUATIONS D'URGENCE

War Child

WarChild s'engage à protéger et à soutenir les enfants touchés par des conflits armés, en leur donnant les moyens de revendiquer leurs droits, de développer leur plein potentiel et de contribuer à un avenir pacifique pour eux-mêmes et leurs communautés.

<https://www.warchild.org/>

PERSONNES TOUCHÉES PAR LA VIOLENCE SEXUELLE ET SEXISTE

Smita Sharma

Smita Sharma est une photojournaliste et narratrice visuelle primée, basée à Delhi, en Inde. Elle réalise des reportages sur les droits de l'homme et les questions sociales essentielles au sein de sa propre communauté ainsi que dans les pays du Sud, dans le cadre de missions pour Human Rights Watch, le magazine National Geographic et d'autres publications.

<http://www.smitasharma.com/>