

Les principales pratiques
exemplaires des campagnes
efficaces de prévention de la
violence à caractère sexuel :

Sommaire

**LES PRINCIPALES PRATIQUES EXEMPLAIRES DES CAMPAGNES EFFICACES
DE PRÉVENTION DE LA VIOLENCE À CARACTÈRE SEXUEL : SOMMAIRE**

Introduction	3
PARTIE 1 – Formuler la problématique	4
PARTIE 2 – Éléments clés d'un marketing social efficace	5
PARTIE 3 – Appliquer la théorie des normes sociales : comment modifier un comportement	7
PARTIE 4 – Mobiliser les personnes de l'entourage : une importante stratégie	8
PARTIE 5 – Facteurs à prendre en considération dans la formulation du message que véhicule une campagne	10
PARTIE 6 – Qui devrait être le porteur ou la porteuse du message que véhicule une campagne	10
ANNEXE A : Le prisme de la prévention	12



INTRODUCTION

Au cours de la dernière décennie, l'on a beaucoup appris sur la manière de créer et de mettre en œuvre des campagnes de sensibilisation du public en matière de violence à caractère sexuel. La sensibilisation du public s'inscrit dans le cadre de nombreux efforts en matière de prévention en vue de mettre fin à la violence à caractère sexuel – ce qu'on appellera « le prisme de la prévention ». Cette image indique qu'il est nécessaire d'avoir plusieurs niveaux d'intervention et encourage les gens à abandonner l'idée que la prévention consiste simplement à offrir des messages éducatifs ou informatifs. Voir l'Annexe A pour une description des six niveaux de prévention du prisme.

Il faut donc modifier les normes sociétales, les pratiques organisationnelles, les attitudes de la collectivité, ainsi que les comportements des contrevenants potentiels pour provoquer un changement social positif.

La prévention n'appartient plus au seul domaine des spécialistes : les différentes collectivités, dont les décideurs, les spécialistes du marketing social, la communauté médicale et le monde des affaires — pour ainsi dire tous les membres de la collectivité — doivent y prendre part.

Les campagnes de sensibilisation du public en matière de violence à caractère sexuel les plus efficaces sont le fruit de stratégies de marketing social efficaces et reposent sur les connaissances les plus avancées, tirées de recherches et d'évaluations des efforts de prévention de la violence à caractère sexuel accomplis par le passé.

Voici les points saillants du présent sommaire :

1. Quelle est la contribution du marketing social efficace aux campagnes de sensibilisation du public en matière de violence à caractère sexuel?
2. Les pratiques exemplaires dans le cadre des campagnes de sensibilisation du public.

Le sommaire se divise en six parties :

1. Formuler la problématique
2. Éléments clés d'un marketing social efficace
3. Appliquer la théorie des normes sociales : comment modifier un comportement
4. Mobiliser les personnes de l'entourage : une importante stratégie
5. Facteurs à prendre en considération dans la formulation du message que véhicule une campagne
6. Qui devrait être le porteur ou la porteuse du message que véhicule une campagne?

Chaque section du sommaire présente dans un premier temps les « idées principales » sur le sujet, lesquelles sont suivies de « points clés sur les pratiques exemplaires », qui expliquent le sens de ces idées. Une « liste de contrôle pour des campagnes efficaces de sensibilisation du public en matière de violence à caractère sexuel » est jointe au présent résumé des pratiques exemplaires. Au besoin, des « conseils sur les pratiques exemplaires » et (ou) des exemples sont fournis dans certaines sections.

PARTIE 1 – FORMULER LA PROBLÉMATIQUE

IDÉES PRINCIPALES

- Pour bien sensibiliser le public, il faut d’abord comprendre parfaitement la raison pour laquelle la violence à caractère sexuel existe et la manière dont elle pourrait être éradiquée.
- Il est primordial d’établir un lien entre la violence à caractère sexuel et l’inégalité entre les hommes et les femmes.

Il faut dans un premier temps comprendre la source d’un problème pour en reconnaître la solution.

En matière de prévention de la violence à caractère sexuel, il faut nécessairement établir un lien entre la violence à caractère sexuel et l’inégalité entre les hommes et les femmes.

Trois idées principales se dégagent :

1. D’une part, la manière dont une problématique est formulée façonne les réponses qui y sont apportées. Les efforts de prévention doivent tenir compte du contexte et des causes de la violence à caractère sexuel, ce qui sera évident dans la « formulation » qu’on fera de la problématique qu’est la violence à caractère sexuel.
2. D’autre part, la prévention de la violence à caractère sexuel concerne tout le monde. Elle est non pas une « question de femmes », mais bien une question qui touche tous et chacun d’entre nous – autant les femmes que les hommes.
3. Enfin, les programmes spécifiques à un sexe en particulier se sont révélés les plus efficaces.

POINTS CLÉS SUR LES PRATIQUES EXEMPLAIRES

Une problématique bien formulée en matière de violence à caractère sexuel amène le public visé à contribuer à la solution :

- La manière de cerner le problème joue un rôle essentiel dans la manière dont les gens peuvent envisager les solutions proposées.
- Les gens qui voient les problèmes sociaux comme étant des enjeux individuels pourraient se montrer critiques ou éprouver de la compassion, mais ils ne verront pas le changement social comme une partie de la solution.
- Les campagnes devraient viser à créer un contexte favorisant la mobilisation du public, dans le cadre de la formulation de la problématique comme étant un problème social qui touche tout le monde.
- La violence à caractère sexuel a pour source principale l’inégalité des pouvoirs entre les hommes et les femmes. L’inégalité entre les hommes et les femmes doit faire l’objet des discussions sur la violence à caractère sexuel.
- Les messages positifs de prévention de la violence à caractère sexuel qui ciblent les hommes devraient s’inspirer des valeurs de ces derniers et de leur prédisposition à agir de façon positive. Des études ont démontré que les hommes sont plus ouverts aux messages positifs qui les informent de ce qu’ils peuvent faire qu’aux messages négatifs qui suscitent la crainte, le reproche ou la honte.

CONSEILS SUR LES PRATIQUES EXEMPLAIRES

1. Le contexte social devrait être intégré aux campagnes de sensibilisation du public

- Le contexte établit deux choses : quelle est la cause du problème et qui doit le régler.
- Le contexte peut en outre élargir la portée de la réflexion et lui insuffler un volet social plutôt qu’individuel seulement.
- Le contexte doit être intégré à la présentation de l’introduction du problème.

2. L’intégration du contexte social aux campagnes de sensibilisation du public à la prévention de la violence à caractère sexuel :

- permet au public de bien saisir l’enjeu et ce que cela signifie de négliger le problème;
- cerne le problème de manière à faire ressortir les influences et les possibilités qu’offre la collectivité;
- signale à la collectivité qu’elle réalise des progrès en vue de régler ce problème;
- attribue une responsabilité;
- présente une solution ou une série de solutions;
- ramène la violence contre les femmes à ses causes profondes, c’est-à-dire à l’inégalité entre les hommes et les femmes.

3. Lien entre les enjeux et le contexte

Par exemple :

- Les recherches révèlent que l'alcool et les drogues sont en cause dans un nombre considérable d'agressions à caractère sexuel, particulièrement chez les jeunes. Il ne faut pas en conclure pour autant que les drogues et l'alcool sont la cause de l'agression à caractère sexuel, mais plutôt qu'ils peuvent faire partie du contexte d'une agression à caractère sexuel.
- Les campagnes efficaces de prévention de la violence à caractère sexuel peuvent tirer profit d'une collaboration entre ceux et celles qui sensibilisent les étudiants et étudiantes au problème de la drogue et de l'alcool et ceux et celles qui travaillent en vue de prévenir les agressions à caractère sexuel.

PARTIE 2 – ÉLÉMENTS CLÉS D'UN MARKETING SOCIAL EFFICACE

IDÉES PRINCIPALES

- Le marketing social vise à modifier un comportement d'une manière positive.
- Les campagnes efficaces de marketing social visent à créer un mouvement social en ouvrant la porte à des possibilités de changement.
- *Les efforts en vue de prévenir la violence à caractère sexuel sont rehaussés par l'intégration des recherches sur le marketing social et des théories psychologiques sur le changement de comportement.*

Qu'est-ce que le marketing social?

Le marketing social est une démarche dans le cadre de laquelle sont appliqués des principes et des techniques de marketing en vue de créer un changement au niveau des enjeux sociaux, environnementaux et de santé publique. Il a pour objet d'amener des individus à adopter des comportements davantage responsables sur le plan social. À cette fin, la démarche du marketing social vise non seulement à sensibiliser les individus à un problème, mais également à provoquer un changement de comportement. Il importe donc à cet égard de bien comprendre le public visé de même que les causes connues d'un comportement ciblé.

L'objectif est de promouvoir un changement social positif chez l'individu, au sein de la collectivité et dans la société en général.

Dans l'atteinte de cet objectif, l'on a recours à la « théorie du changement de comportement » pour mettre au point des stratégies en vue de modifier des comportements et, en bout de ligne, de provoquer un changement social positif.

Ce qu'est le marketing social :

- Une stratégie de changement social ou de comportement
- Davantage efficace lorsqu'elle met les gens à contribution
- Cible ceux et celles qui ont une raison de se sentir concernées et qui sont prêts à effectuer un changement
- Stratégique, et nécessite l'utilisation efficiente des ressources
- Intégrée, et s'applique de manière progressive

Ce que le marketing social n'est pas :

- Une simple publicité
- Un slogan ou une stratégie de communication de messages bien pensés
- Atteindre tout le monde dans le cadre d'une campagne éclair auprès des médias
- Une campagne d'image
- Effectué en vase clos
- Un processus rapide

(tiré de « The Basics of Social Marketing », par Turning Point)

POINTS CLÉS SUR LES PRATIQUES EXEMPLAIRES

Les campagnes de marketing social reposent nécessairement sur un processus de conception qui, dans un premier temps, insiste sur une compréhension profonde de ce que le public visé doit savoir

Le marketing social s'inspire d'abord du public visé puis tente de cerner les « ancrages émotifs » susceptibles de lier le public visé à des comportements positifs.

Les composantes clés d'une telle stratégie sont notamment les suivantes :

- orienter la campagne vers un public spécifique,
- effectuer des recherches pour formuler des messages efficaces et les mettre à l'essai préalablement,
- concevoir des stratégies en vue de surmonter les obstacles à l'adoption de nouveaux comportements.

CONSEILS SUR LES PRATIQUES EXEMPLAIRES

1. La conception de la campagne doit reposer sur les éléments suivants :

- « Connaître » le public visé. Tout au long de sa démarche, le marketing social doit cerner le public visé et le comprendre.
- Viser à avoir un impact sur un comportement très précis ou une série de comportements, en sachant exactement qui est le public visé et ce qu'il pense de la question ou du problème.
- Saisir ce qui motive les gens à apporter des changements dans leur vie.
- Présenter des avantages afin d'aider les gens à surmonter les difficultés lorsqu'ils effectuent un changement

2. Apporter des changements au niveau des attitudes et du comportement :

- La démarche qui consiste à accroître la sensibilisation, à modifier les attitudes et à approfondir les connaissances n'a de mérite que si elle mène à une action.
- Les attentes à l'endroit du public visé doivent être claires.

3. Il doit y avoir un avantage :

- Les gens n'abandonneront ni ne modifieront un ancien comportement pour en adopter un nouveau que si on leur offre en retour quelque chose de très intéressant.
- L'on constate également un lien solide entre les hommes qui pratiquent des sports et les hommes qui commettent des actes de violence. Par conséquent, les campagnes efficaces de prévention de la violence à caractère sexuel peuvent tirer profit d'une collaboration entre le milieu sportif et la prévention de la violence.

4. Le contexte social permet de présenter la violence à caractère sexuel comme étant l'affaire de tout le monde

Qualifier la violence faite aux femmes de question de femmes fait partie du problème. Jackson Katz, créateur de Mentors in Violence Prevention program- the first bystander initiative, nous rappelle que qualifier la violence faite aux femmes de « question de femmes » offre aux hommes une excuse pour ne pas s'en préoccuper.

- La prévention de la violence à caractère sexuel nécessite la tenue de discussions sur le fait de voir dans la violence faite aux femmes une question importante pour les hommes également.
- La prévention efficace de la violence à caractère sexuel doit susciter la participation des hommes et des garçons en tant qu'alliés pour atteindre son objectif.
- Pour qu'ils reconnaissent le rôle qu'ils doivent jouer dans l'élimination de la violence à caractère sexuel, les hommes doivent croire qu'ils peuvent contribuer à sa prévention.

5. Les programmes axés sur un sexe en particulier sont souvent les méthodes de prévention les plus efficaces

- La conclusion sans doute la plus solide dans le domaine de la prévention de la violence à caractère sexuel est que les programmes axés sur un seul sexe sont plus efficaces que les programmes qui s'adressent aux hommes et aux femmes (Schewe, 2006).
- Le fait que les hommes exercent une forte influence les uns sur les autres signifie qu'ils sont appelés à jouer un rôle crucial dans les efforts accomplis en vue de prévenir la violence à caractère sexuel pour changer les normes sociales.
- Selon une étude, le facteur qui joue le plus sur la volonté des hommes d'intervenir pour prévenir la violence faite aux femmes tient dans la perception qu'ils ont de la volonté d'autres hommes d'intervenir. (Fabiano, Perkins, Berkowitz, Linkenbach, & Stark 2004).
- Pour les hommes, les groupes formés d'hommes seulement offre un environnement dans lequel ils peuvent explorer en toute sécurité les perceptions répandues de la masculinité et des stéréotypes. Ils sont ainsi davantage en mesure d'entraîner des hommes dans des discussions interactives qui présentent les aspects positifs de la masculinité.
- Certaines interventions peuvent aussi être adaptées aux femmes qui risquent davantage d'être victimes de violence à caractère sexuel, notamment les femmes :
 - Ayant une limitation physique, du développement ou mentale;
 - sans abri ou en situation d'hébergement provisoire;
 - prenant part au commerce du sexe ou victimes de la traite
- La pratique exemplaire en matière de prévention de la violence à caractère sexuel nécessite l'élaboration de programmes ciblés susceptibles d'être adaptés à certains groupes en particulier (groupes d'hommes à risque élevé—toxicomanie et (ou) alcoolisme, contrevenants actuels, sportifs collégiaux et confréries d'étudiants)

PARTIE 3 – APPLIQUER LA THÉORIE DES NORMES SOCIALES : COMMENT MODIFIER UN COMPORTEMENT

IDÉES PRINCIPALES

- Les efforts de prévention de la violence à caractère sexuel vont au-delà des campagnes de sensibilisation. Ils consistent aujourd’hui à promouvoir des normes sociales qui encouragent les rôles sexuels sains et égalitaires, l’égalité entre les hommes et les femmes, les relations saines et une sexualité saine.
- L’égalité entre les hommes et les femmes peut être considérée comme étant une norme sociale – en tant que valeur, conviction, attitude et ensemble de comportements que notre société devrait adopter.
- La théorie des normes sociales est une stratégie de prévention nouvelle et importante qui fait partie intégrante des campagnes efficaces de marketing social. Elle peut servir à corriger les fausses perceptions chez les hommes et les femmes au sujet des attitudes touchant la violence.

La théorie des normes sociales propose que les gens façonnent leurs propres actions sur le comportement d’autres personnes, plus particulièrement celles qu’elles jugent semblables ou admirent. Le comportement et les attitudes d’une personne sont donc l’expression de la manière dont cette dernière perçoit la « norme sociale » dans les gestes d’autrui. La théorie permet de penser également que nombreuses sont les personnes qui évaluent incorrectement les attitudes et les comportements de ceux et celles qui les entourent et supposent que ces derniers et dernières s’adonnent plus fréquemment à des comportements malsains et négatifs qu’ils ou elles ne le font effectivement. Lorsque ces personnes réalisent que leurs perceptions sont erronées, elles sentent qu’elles ont la « permission » d’agir différemment.

Cette théorie a servi à encourager des étudiants et étudiantes au niveau collégial à intervenir pour prévenir ou interrompre la violence à caractère sexuel (Berkowitz, 2004)

POINTS CLÉS SUR LES PRATIQUES EXEMPLAIRES

- Les campagnes efficaces de prévention de la violence à caractère sexuel doivent nécessairement faire la promotion de nouvelles normes sociales pour créer un changement social positif.
- L’égalité entre les hommes et les femmes doit être une norme fondamentale dont la prévention efficace de la violence à caractère sexuel fait la promotion.
- La persuasion émotionnelle permet au public de s’engager envers la question de la violence à caractère sexuel.

CONSEILS SUR LES PRATIQUES EXEMPLAIRES

1. La prévention efficace de la violence à caractère sexuel passe nécessairement par la promotion de nouvelles normes sociales

- Comprendre le comportement humain signifie comprendre les normes sociales qui le sous-tendent.
- La théorie des normes sociales repose sur le concept selon lequel une grande part du comportement des gens est motivé et façonné par la manière dont ils perçoivent le comportement et la pensée d’autres membres de leur groupe social. Autrement dit, les comportements et les idées des gens sont influencés par leur perception de la manière dont, à leur avis, leurs pairs pensent et agissent.
- Les recherches ont conclu que les hommes attachent de l’importance à la manière dont les autres hommes les perçoivent et les traitent s’ils se prononcent contre les normes de la masculinité traditionnelle.
- Les campagnes efficaces de prévention de la violence à caractère sexuel peuvent se servir des pressions exercées sur les hommes par leurs pairs pour modifier des normes sociales et corriger de fausses perceptions des normes collectives.

Exemples de nouvelles normes sociales

- On montre les hommes et les femmes comme étant égaux
- On fait état de la capacité et de l’assurance des femmes
- Plutôt que de se blâmer, les femmes victimes d’agression demandent de l’aide
- Les femmes et les hommes sont représentés sous un angle positif et avec respect
- Les hommes refusent de se servir de la contrainte sexuelle et expriment leur masculinité d’une manière positive et dénuée de violence
- Les hommes s’assurent d’obtenir un consentement sans équivoque de l’autre personne avant d’adopter un comportement sexuel
- Les femmes connaissent leur droit de consentir avant d’adopter un comportement sexuel.

2. La persuasion émotionnelle interpelle le public visé

- Cette démarche reconnaît l'impossibilité de modifier des comportements complexes par la simple communication d'un fait ou d'une information.
- En raison de la manière dont le cerveau assimile l'information, l'on retient probablement davantage les messages si les centres émotifs sont mis à contribution.
- C'est ce qu'on appelle parfois le fait de trouver l' « ancrage émotif », d'éveiller une résonance émotionnelle.
- L'ancrage émotif doit faire appel aux espoirs ou aux craintes du public visé, à l'opinion qu'il a de lui-même et à ses désirs à l'égard d'autrui.
- Les personnes qui éprouvent une résonance émotionnelle positive à l'égard de la personne qui tente de les faire changer d'idée sont plus facilement persuadées. D'où l'importance du porteur ou de la porteuse du message (se reporter à la Section 6).
- La campagne efficace de prévention de la violence à caractère sexuel qui repose sur la persuasion émotionnelle :
 - exprime une compréhension profonde des zones de résistance;
 - encourage la compassion envers la victime ou la survivante et éveille une résonance émotionnelle;
 - offre aux gens des possibilités d'un soutien et d'un dialogue soutenus

Exemples de campagnes de prévention de la violence à caractère sexuel ayant eu recours à une démarche fondée sur des normes sociales :

- MyStrength Campaign, <http://www.mystrength.org/>
- Men of Strength Clubs (Lee, 2007), [www.mencanstoprape.org/info-url2696/info-url_list.htm?section=Men%20of%20Strength%20\(MOST\)%20Clubs](http://www.mencanstoprape.org/info-url2696/info-url_list.htm?section=Men%20of%20Strength%20(MOST)%20Clubs)
- Mentors in Violence Prevention(Katz, 1995)
<http://www.northeastern.edu/sportinsociety/leadership/mentors/index.html>

Ces programmes aident les jeunes hommes à reconnaître et à chercher à comprendre les pressions qu'ils ressentent d'adopter des concepts traditionnels (et souvent violents) de la masculinité, et leur donnent les outils dont ils ont besoin pour résister à ces pressions et redéfinir leur propre masculinité sous un angle plus positif.

Ces initiatives montrent également aux jeunes hommes comment ils peuvent renforcer leurs habiletés en tant que leaders parmi leurs pairs de manière qu'ils puissent aider ces derniers à modifier leurs comportements.

Elles leur enseignent également à résister à ces pressions, à trouver des identités positives et à renforcer leurs habiletés en tant que leaders parmi leurs pairs. Ces interventions permettent aux jeunes hommes d'influencer les comportements de leurs pairs, et donc d'adopter un comportement de « personne de l'entourage ».

PARTIE 4 - MOBILISER LES PERSONNES DE L'ENTOURAGE : UNE IMPORTANTE STRATÉGIE

IDÉES PRINCIPALES

L'une des orientations les plus prometteuses dans la prévention de la violence à caractère sexuel consiste à s'intéresser davantage aux hommes et aux femmes en tant que témoins ou personnes de l'entourage, pour modifier les normes sociales.

Qui sont les personnes de l'entourage? Dans le contexte de la prévention de la violence à caractère sexuel, c'est celui ou celle qui est ni une victime, ni un contrevenant, mais qui pourrait potentiellement jouer un rôle pour faire une différence. Il est celui ou celle qui est en mesure d'intervenir avant, pendant ou après le fait.

Ainsi conceptualisée, la définition de personne de l'entourage englobe pour ainsi dire tout le monde. La question cruciale pour une campagne de prévention de la violence à caractère sexuel est la suivante : Êtes vous un spectateur habilité ou actif ou un spectateur inactif ou passif? Êtes vous une spectatrice habilitée ou active ou une spectatrice inactive ou passive?

POINTS CLÉS SUR LES PRATIQUES EXEMPLAIRES

La mobilisation des personnes de l'entourage a pour objectif premier d'avoir un effet durable sur le changement des normes sociales.

L'approche « personnes de l'entourage » encourage les hommes et les femmes à s'engager en apprenant à détecter les situations à risque dans les contextes sociaux, à remettre en question les attitudes et les comportements sexistes, et à intervenir et à offrir leur soutien à une femme qui risque d'être victime de violence à caractère sexuel.

Les campagnes de sensibilisation du public destinées aux personnes de l'entourage permettent à celles-ci de renforcer leurs habiletés en vue d'apporter une aide directe ou indirecte, sans mettre leur sécurité en péril, en insistant sur la mise en pratique de stratégies d'intervention.

Formation des personnes de l'entourage :

- Représente un récent changement de paradigme dans la prévention de la violence à caractère sexuel.
- Rehausse le devoir des hommes et des femmes d'intervenir de manière proactive afin de prévenir une situation d'agression à caractère sexuel.

CONSEILS SUR LES PRATIQUES EXEMPLAIRES

1. La transmission d'un message réservé à un sexe en particulier est importante dans le cadre des campagnes destinées aux personnes de l'entourage

- Les programmes individuels fructueux s'adressent habituellement aux groupes formés d'hommes ou de femmes seulement, qui sont menés par un pair ou des éducateurs ou éducatrices de profession, qui utilisent des méthodes d'apprentissage qui amènent les participants à prendre part aux discussions plutôt que de leur présenter une conférence.
- Les campagnes destinées aux personnes de l'entourage peuvent aussi être menées de manière efficace auprès d'un public formé d'hommes et de femmes, mais elles sont plus efficaces lorsqu'elles s'adressent à des groupes formés d'hommes ou de femmes seulement.

2. Il y a lieu de présenter aux personnes de l'entourage des exemples d'interventions

- La principale crainte que les personnes de l'entourage disent éprouver est de ne pas savoir comment réagir.
- Les campagnes destinées aux personnes de l'entourage devraient présenter des modèles de réactions appropriées, de manière à encourager la participation.
- Les personnes de l'entourage reçoivent une formation sur la manière d'intervenir de façon proactive (p. ex. lorsqu'elles entendent des commentaires sexistes) et réactive (lorsqu'elles entendent parler d'une agression à caractère sexuel).

3. La formation des personnes de l'entourage concerne tout le monde

Les démarches relatives aux personnes de l'entourage :

- reposent sur l'opinion que tous les membres de la collectivité doivent obtenir une formation et participer en vue de provoquer un changement véritable.
- mettent l'accent sur le rôle que joue la collectivité pour prévenir la violence plutôt que sur les victimes et les agresseurs.
- offrent aux hommes la possibilité d'agir comme des personnes de l'entourage habilités qui peuvent confronter leurs pairs ou intervenir auprès d'eux pour prévenir la violence à caractère sexuel.

Exemples de pratiques exemplaires dans le cadre de campagnes de sensibilisation du public destinées aux personnes de l'entourage

Le programme « Bringing in the Bystander », de l'University du New Hampshire, enseigne aux étudiants et étudiantes les manières dont il convient d'intervenir en toute sécurité avant, pendant et après une agression à caractère sexuel.

MyStrength – enseigne aux hommes et aux garçons ainsi qu'aux étudiants qui agissent comme leaders et aux athlètes les rôles des hommes dans la prévention de la violence contre les femmes, et offre un endroit où ils peuvent apprendre des moyens de prévenir la violence à caractère sexuel. www.mystrength.org

MyStrength /MyDuty – enseigne aux officiers et aux travailleurs militaires ce qu'ils doivent faire s'ils sont témoins d'une agression sexuelle ou qu'ils en entendent parler. <http://myduty.mil/>

PARTIE 5 – FACTEURS À PRENDRE EN CONSIDÉRATION DANS LA FORMULATION DU MESSAGE QUE VÉHICULE UNE CAMPAGNE

IDÉES PRINCIPALES

- Il faut formuler le « message » avec grand soin.
- Il y a lieu de prendre en considération les éléments qui susciteront une réaction auprès du public que la campagne souhaite atteindre et influencer.
- La capacité de prévoir la réaction ou la résistance du public visé constitue un volet crucial de la conception de bons messages.
- Pour être entendus, les messages doivent émouvoir le public visé et intéresser celui-ci sur le plan personnel.

POINTS CLÉS SUR LES PRATIQUES EXEMPLAIRES

Aux étapes d'élaboration de la campagne, il importe de répondre aux questions clés suivantes sur le message que la campagne véhicule :

- Ce que l'on souhaite que les jeunes hommes ou les jeunes femmes fassent, la manière dont ils peuvent le faire et les conséquences de leurs gestes sont-ils énoncés clairement?
- Le message fait-il état de conséquences ou de solutions?

Les campagnes efficaces de sensibilisation du public à la prévention de la violence à caractère sexuel adoptent des perspectives propres à chaque sexe, et adaptent certains messages aux hommes et aux garçons dans certains cas et, dans d'autres cas, aux femmes et aux filles.

Pour amener les autres à croire à notre message, nous devons d'abord y croire nous-mêmes.

CONSEILS SUR LES PRATIQUES EXEMPLAIRES

1. Communiquer clairement les valeurs qui sous-tendent la campagne :

- Les messages devraient intéresser les personnes de l'entourage sur le plan personnel (les gens doivent se soucier de la question).
- Les messages devraient être positifs et renforcer un comportement positif plutôt que condamner un comportement négatif.
- Le message doit informer clairement le public visé de ce qu'il peut faire et de la manière dont il peut s'y prendre pour y arriver.

2. Le message devrait préciser les conséquences ainsi que les solutions

- Le message devrait expliquer au public visé le résultat ou l'avantage qui découlera du changement de comportement souhaité.
- Offrir une approche fondée sur la solution.
- Rapprocher les gens et les collectivités. Créer des messages qui font la promotion d'une réponse collective et individuelle.

3. Les campagnes devraient véhiculer un message positif :

- S'adresser aux hommes en tant qu'alliés pouvant influencer positivement leurs pairs dans les efforts pour prévenir la violence à caractère sexuel.
- Tenir compte de la langue (et du vocabulaire) et des préoccupations du public visé.
- Aider les hommes et les garçons à comprendre qu'ils jouent un rôle direct dans la prévention de la violence à caractère sexuel.
- Imposer aux hommes l'obligation de comprendre les exigences prévues dans la loi sur le consentement à des relations sexuelles.
- Encourager la résilience chez les femmes et les filles

PARTIE 6 – QUI DEVRAIT ÊTRE LE PORTEUR OU LA PORTEUSE DU MESSAGE QUE VÉHICULE UNE CAMPAGNE

IDÉES PRINCIPALES

- S'il est crucial de formuler le bon message, il est tout aussi important de bien choisir le porteur ou la porteuse, car selon ce choix, le message sera soit renforcé, soit amoindri.
- Dans l'élaboration d'une campagne efficace de prévention de la violence à caractère sexuel, il faut répondre à la question fondamentale suivante : À qui votre public visé prêtera-t-il l'oreille?

POINTS CLÉS SUR LES PRATIQUES EXEMPLAIRES

Dans la sélection du porteur ou la porteuse du message dans le cadre d'une campagne en particulier, il est nécessaire de déterminer qui les gens souhaitent entendre parler des questions de violence faite aux femmes. La réponse dépend du public à qui la campagne s'adresse.

Ce sont la connaissance et la crédibilité qui sont essentielles à l'acceptation par le public, et non la sympathie qu'inspire le porteur ou la porteuse du message ou sa familiarité.

Contrairement à la sagesse populaire, « l'on n'apprend pas nécessairement plus auprès des gens qui nous ressemblent, ni auprès des gens que l'on aime ».

Les porteurs ou les porteuses d'un message sont ceux et celles qui deviennent le symbole de la question en jeu.

Il faut faire preuve d'habileté pour assortir le message et le porteur ou la porteuse du message, et pour prévoir l'impact de certains porteurs ou certaines porteuses de messages sur le raisonnement du public visé.

Certains porteurs ou certaines porteuses de messages n'ont aucune crédibilité sur certaines questions parce qu'on les soupçonne de ne pas être objectif ou objective à l'égard d'une perspective.

Les alliés et alliées peu probables peuvent amener le public à repenser un enjeu.

CONSEILS SUR LES PRATIQUES EXEMPLAIRES

1. Le bon porteur ou la bonne porteuse est aussi important que le bon message dans le contexte d'une campagne de prévention de la violence à caractère sexuel.
2. Les porteurs ou porteuses les plus efficaces sont les gens qui ont la confiance du public visé et qui sont considérés par celui-ci comme étant bien informés sur la question.

ANNEXE A : LE PRISME DE LA PRÉVENTION

NIVEAU DU PRISME	DÉFINITION DU NIVEAU
1. Renforcer les connaissances et les compétences individuelles	Renforcer la capacité d'un individu à prévenir les blessures ou la maladie et promouvoir la sécurité.
2. Promouvoir la sensibilisation communautaire	Rejoindre des groupes de gens et leur communiquer des renseignements et des ressources afin de promouvoir la santé et la sécurité.
3. Sensibiliser les fournisseurs	Informar les fournisseurs qui transmettront les compétences et la connaissance à d'autres et élaborer des normes positives.
4. Favoriser les coalitions et les réseaux	Réunir des groupes et des personnes afin d'élargir les objectifs et d'avoir un impact plus important.
5. Changer les façons de faire organisationnelles	Adopter des règlements et forger des normes afin de prévenir la violence et de rehausser la sécurité.
6. Influencer les lois et politiques	Faire appliquer des lois et des politiques qui soutiennent des normes communautaires saines et une société exempte de violence.

Source : www.preventioninstitute.org