COMPRENDRE LES ÉLECTIONS ET LA RESPONSABILITÉ CITOYENNE ORGANISER LA MOBILISATION POPULAIRE POUR FACILITER L'ENGAGEMENT CIVIQUE

Présentateur: Buffy Wicks, Campaign Consultant and Grassroots Organizer

Transcription

[INITIATIVE POUR LES JEUNES LEADERS AFRICAINS
SÉRIE DE COURS EN LIGNE]

Bonjour. Je m'appelle Buffy Wicks et voici le cours 'Organiser la mobilisation populaire pour faciliter l'engagement civique'.

Nous allons parler du b.a.-ba de la mobilisation populaire. Organiser, fondamentalement, c'est bâtir une force pour faire changer les choses. Organiser la mobilisation, c'est amener les citoyens ordinaires à être la force qui va pousser au changement.

Dans ce cours, nous verrons comment l'organisation de la mobilisation populaire s'applique à une campagne électorale. Et comment on peut l'utiliser pour un mouvement sociétal, comme les droits des femmes ou l'accès à une éducation de qualité.

Il y a trois éléments essentiels dans une campagne de mobilisation populaire : le leadership, le renforcement de la capacité et l'exécution du plan.

L'élément le plus important de la mobilisation populaire est le leadership. Les meneurs ont un plan, des buts précis, un planning et des indicateurs de réussite clairs. Les meneurs rassemblent les gens. Ils apportent une vision et veillent à ce que tout le monde travaille dans le même objectif et connaisse son rôle. Ils créent une infrastructure pour leur cause en déléguant des tâches précises à d'autres. Ils font ce qu'ils disent et donnent à d'autres la possibilité de réussir.

Aucun mouvement ne peut réussir en l'absence de bons leaders. L'autre élément essentiel d'une campagne réussie est l'aptitude à créer de la capacité. Créer de la capacité, ça veut dire attirer de plus en plus de monde dans sa campagne, aussi bien au niveau du leadership que des supporters. On appelle ça : « construire une liste ». Votre liste de supporters est essentielle. Il faut la cultiver et ajouter chaque jour de plus en plus de supporters engagés. Ils comprennent votre cause et sont d'accord

pour la soutenir. Cet accord peut être verbal – une rencontre en personne ou une conversation au téléphone – ou écrit – via les réseaux sociaux ou par textos, email ou lettre. Les supporters savent qu'on va leur demander de faire quelque chose plus tard pour votre campagne et ils le feront. Par exemple, voter pour un candidat précis le jour de l'élection. Vous devriez avoir les coordonnées de vos supporters pour pouvoir communiquer avec eux régulièrement et les tenir au courant. Fêtez les bonnes nouvelles avec vos supporters au fur et à mesure que votre champagne progresse et communiquez-leur les annonces importantes. Préparez vos supporters pour qu'ils sachent que votre champagne aura des hauts et des bas. Et ils doivent savoir que leur soutien, surtout dans les moments difficiles, est absolument essentiel. En fonction de vos moyens technologiques et de la taille de la campagne à laquelle vous participez, vous pouvez maintenir une liste sur papier ou sur ordinateur, dans un tableau ou une base de donnée. Les réseaux sociaux, tels que Whatsapp et Facebook, sont de très bons moyens de communiquer rapidement avec vos supporters.

Tout au long de votre campagne, vous devez tester votre capacité. Élaborez des programmes avec des objectifs clairs, conçus pour accroître le nombre de supporters et testez la capacité des personnes qui s'impliquent. Demandez à vos supporters de venir à un meeting. Demandez-leur de recruter leurs amis et leurs voisins. Demandez-leur d'organiser un évènement pour discuter de la campagne et rallier plus de supporters. À mesure que vous progressez dans ces tâches, vous comprendrez mieux qui sont vos supporters les plus fiables. Ce sont eux dont vous devez cultiver les talents pour en faire des leaders dans votre mouvement. Vous compterez sur eux pour mobiliser les électeurs si c'est pour une campagne électorale que vous vous démenez. Si c'est pour une campagne axée sur une question, c'est vers eux que vous vous tournerez pour faire valoir votre cause auprès des élus. Ce sont eux, vos supporters fiables, en qui vous avez confiance et il faut leur donner un rôle de leadership dans la phase finale de la campagne.

Quand vous en êtes au dernier gros coup de collier à donner, assurez-vous que vos leaders et vos supporters comprennent leur rôle on ne peut plus clairement. Vous pouvez confier des tâches précises à certaines personnes, au niveau du quartier ou du village. Leur mission sera de veiller à ce que tous vos supporters dans une communauté donnée aillent voter le jour de l'élection. Vous pouvez désigner quelqu'un qui sera votre capitaine des réseaux sociaux, chargé de matraquer votre message dans les jours qui precedent le jour de l'élection via Facebook, Twitter, WhatsApp ou d'autres plateformes de réseaux sociaux.

Voici quelques conseils d'utilisation des réseaux sociaux. Les réseaux sociaux sont importants pour véhiculer votre message. Comme avec tout autre format, sur les réseaux sociaux, vous devez présenter votre campagne ou votre candidat à travers le storytelling. Facebook est une excellente plateforme pour partager des graphiques, des photos et des vidéos sur votre candidat ou la question qui vous tient à cœur. Si vous optez pour un contenu vidéo, il vaut mieux que ce soit court – en général pas plus d'une minute. Les vidéos les plus efficaces sont celles qui suscitent une réponse émotionnelle, qui touchent aux valeurs fondamentales des gens. Twitter est ce qu'il y a de mieux pour diffuser rapidement des appels à l'action. Dans ces deux cas, vous devez créer du contenu que les gens veulent partager avec leurs réseaux. Vous devez rester très présent sur les réseaux sociaux pendant toute la durée de la campagne, en cultivant votre liste de followers et en utilisant les réseaux sociaux pour communiquer directement avec vos supporters.

Arrivé à la dernière ligne droite de votre campagne, vous devriez avoir développé des leaders, construit votre liste de supporters, testé votre capacité et être toujours en train de faire passer votre message. Vos supporters devraient savoir quand le moment sera venu de voter, de venir, de s'exprimer, ou d'agir dans le sens voulu par la campagne dès le départ. Le dernier appel doit être parfaitement clair et avoir été répété des centaines de fois, sur les réseaux sociaux, par le bouche-à-oreille entre voisins, et à l'ensemble de la communauté. Ça devrait être du sans arrêt, comme un battement de tambour. Avec un peu de chance, vos efforts seront couronnés de succès et vous pourrez célébrer votre réussite.

Après avoir complété tous les modules de ce cours sur YALI.state.gov, vous pouvez tester vos connaissances et recevoir un certificat du YALI Network.

[Diverses photos offertes par le National Democratic Institute et © AP Images]