



BLOGUER POUR UNE CAUSE !

Le guide Global Voices pour le blogueur engagé

PAR MARY JOYCE

Traduction par Claire Ulrich

SOMMAIRE

A propos de l'activisme sur les blogs

- A propos de l'activisme sur les blogs
- Pourquoi bloguer pour une cause ?
- J'aimerais ouvrir un blog pour une cause mais je n'ai pas les compétences techniques
- Qui peut bloguer pour une cause ?

Quels sont les différents types de blogs militants ?

- Blogs de crise
- Blogs de sensibilisation
- Quand un blog de crise devient un blog de sensibilisation

Les règles que doivent suivre ces blogs

- Des informations de contexte
- Une actualisation régulière
- Un objectif clair
- Une page "Impliquez-vous !"
- Une adresse e-mail de contact

Créer un blog pour votre cause

- Choisissez un but
- Formez une équipe
- Ouvrez un blog
- Faites connaître votre cause

Faire du blog un relais d'actions

- Vous dirigez une communauté
- Connaître votre communauté
- Choisir une action
- Mobiliser votre communauté

Ne vous mettez pas en danger

Remerciements

Je voudrais remercier Sami Ben Gharbia, Ethan Zuckerman, Carol Darr, Michael Anti, David Sasaki, et Georgia Popplewell pour leur aide durant la rédaction de ce guide.

Vous pouvez en savoir plus sur l'auteur Mary Joyce sur son site, www.ZapBoom.com

Publié par [Global Voices Advocacy](http://GlobalVoicesAdvocacy)



1.

Bloguer pour une cause ?

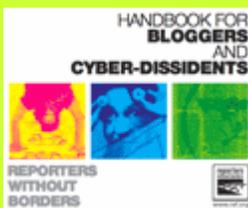
Bloguer pour une cause signifie ouvrir un blog pour dénoncer une situation. Les blogs sont utilisés pour combattre une série d'abus telles que détentions abusives, corruption des gouvernements, dégradation de l'environnement et atteintes aux droits de l'Homme.

Deux guides utiles



Guide d'introduction aux médias citoyens

<<http://rising.globalvoicesonline.org/library/Introduction%20aux%20m%C3%A9dias%20citoyen.pdf>>



Guide pour les blogueurs et les cyber-dissidents

<http://www.rsf.org/IMG/pdf/guide_fr_md.pdf>

Pourquoi bloguer pour une cause?

Beaucoup d'activistes ouvrent un blog parce que c'est une façon simple et économique de créer un site pour soutenir une cause. Les blogs offrent des modèles prêts à utiliser, d'aspect professionnel. Ils sont aussi assez simples à personnaliser avec votre propre bannière, vos couleurs et polices de caractères. Par ailleurs, la plupart des plateformes de blogs (par exemple, Blogger et WordPress) sont gratuites.¹ (La partie suivante comprend des liens vers des vidéos qui vous expliqueront comment ouvrir un blog sur Blogger ou WordPress).

Simple à utiliser, gratuits : ce ne sont pas les seules qualités des blogs. Les blogs sont très interactifs. Chaque billet (ou article) offre un espace où les visiteurs peuvent laisser des commentaires. Ils peuvent devenir membres de la communauté s'ils le désirent et s'engager pour la cause que vous soutenez. De plus, les blogs permettent de travailler avec de multiples rédacteurs et de répartir le travail d'actualisation. En dernier lieu, les blogs permettent de publier des contenus multimédias – photos, vidéos, audio – dans vos billets. Ces contenus sont importants pour rendre le blog attrayant pour les nouveaux visiteurs.

Avant tout, un blog est un outil très utile car il permet à tout citoyen qui a accès à Internet de militer pour un changement auprès d'une audience - au moins théoriquement - globale. Le citoyen ordinaire a désormais le pouvoir extraordinaire de demander des comptes aux autorités, de diffuser des informations, de fédérer les sympathisants de la même cause, et de faire pression sur ceux qui sont au pouvoir. Ces nouveaux vecteurs de changements sont à votre portée : il ne tient qu'à vous de cliquer !

J'aimerais ouvrir un blog pour une cause mais je n'ai pas de compétences

Le meilleur moyen de commencer est de s'exercer sur une plateforme de blogs conçus pour être utilisés par des débutants. J'ai appris à personnaliser un blog sur la plateforme Blogger en une après-midi (et même quelques rudiments de code [HTML](#)) en m'exerçant sur

l'outil et en recherchant les mots que je ne comprenais pas sur Google. Le *Guide du blogueur et du cyberdissident* offre également des informations pour ouvrir un blog et le faire connaître.

Blogger et Wordpress sont deux bonnes plateformes de blogs car elles sont disponibles en plusieurs langues. Vous pourrez créer un blog dans votre propre langue. Le traduire au moins partiellement en anglais sera important si votre campagne est internationale, mais commencez par bloguer dans votre propre langue, le blog sera plus simple à mettre à jour.

¹ Wordpress offre des fonctionnalités très variées, différents modèles de blogs et applications. Les autres plateformes citées, telles que Blogger, sont plus simple à utiliser pour un débutant. Choisissez la plateforme qui convient le mieux aux compétences techniques de votre équipe.

Ces démonstrations
en vidéo sont aussi
très utiles



Créer un blog sur Blogger

<<http://tinyurl.com/339xxr>>



Créer un blog WordPress

<<http://tinyurl.com/2actbj>>

Qui peut bloguer pour une cause ?

Les mots “soutien”, “cause”, impliquent que vous parlez au nom d'une autre personne. En avez-vous le droit ou l'autorisation ? Ceci est une question importante, vous devez être en

mesure d'y répondre avant d'ouvrir un blog pour soutenir une cause.

Si vous êtes étroitement impliqué(e) dans la cause que vous soutenez, si la situation vous affecte personnellement, si les faits que vous dénoncez se déroulent dans votre ville, la question ne se pose probablement pas pour vous. Mais si les faits que vous dénoncez se déroulent dans un autre pays ou touchent une personne que vous ne connaissez pas, il est conseillé de s'informer avant d'ouvrir votre blog.

Avant toute chose, vous devez contacter les personnes impliquées dans la situation pour vous assurer que votre blog leur apportera une aide effective. Si vous soutenez une personne, vous devez contacter ses amis proches ou, dans l'idéal, un parent proche. L'objectif est de vous assurer que votre blog ne doublonnera pas avec les initiatives qu'ils ont déjà lancées. De plus, dans certains cas, ouvrir un blog de soutien peut *porter tort* sur place à la personne ou à la cause que vous soutenez et vous devez être sûr(e) que votre blog ne leur fera pas courir de risques.

Un contre-exemple, qui démontre comment *ne pas* commencer un blog de soutien à une cause est le blog Free Alaa², qui demandait la libération du blogueur égyptien Alaa Abd El Fattah en 2006. Des blogueurs du monde entier et moi-même avons publié le blog “Free Alaa” sans coordination avec son épouse et ses amis en Egypte. L'épouse d' Alaa essayait d'organiser de son côté la mobilisation pour son mari par l'intermédiaire de leur blog commun “Alaa and Manal's Bit Bucket <www.manalaa.net>”. De plus, l'épouse d'Alaa nous a plus tard appris que notre blog – qui a depuis été fermé – a causé la prolongation de la détention de son mari car le gouvernement le considérait comme un détenu connu, et donc une menace plus importante.

Un exemple plus positif est le récent blog de la campagne Free Fouad (Libérez Fouad) <<http://en.freefouad.com>>. Le blogueur saoudien Fouad Alfarhan a été arrêté le 11 décembre 2007, mais Sami Ben Gharbia, le directeur de Global Voices Advocacy a gardé le contact avec son épouse et n'a pas ouvert officiellement un blog de campagne pour le libérer avant qu'elle ne donne son autorisation, presque deux semaines après son arrestation.

Dans un premier temps, l'épouse de Fouad pensait que le problème pouvait être résolu discrètement et qu'annoncer l'arrestation de son mari lui porterait tort. Les autorités l'auraient considéré comme un fauteur de troubles prêt à défier le gouvernement. Comme la situation n'évoluait pas, l'épouse de Fouad a décidé qu'une campagne publique aiderait à la libération de son mari.

Ces deux exemples illustrent la complexité des blogs soutenant une cause. C'est pourquoi il est très important de communiquer avec les personnes directement impliquées dans la situation que vous suivez. La clé est le *consentement* de ces personnes. Si vous décidez de prendre la défense d'une personne, c'est à vous d'obtenir son ou leurs autorisations.

² Le blog “Free Alaa” a été ouvert sur la plateforme de blogs Blogger. Mais il a été piraté il y a quelques mois et son contenu a été effacé. Le blog n'existe plus.

Quels sont les différents types de blogs de soutien ?

Les blogs de soutien prennent des formes très variées. Ce guide offre quelques exemples. Il peut être utile, pour vous donner des repères, de classer ces blogs en deux catégories distinctes : les blogs de crise et les blogs de sensibilisation. Ces deux catégories peuvent aider les cyber-militants à affiner leur stratégie mais il ne s'agit en aucun cas d'une classification officielle.

2.

1. Blogs de crise

Un blog de crise réagit à une situation qui peut ou doit être résolue rapidement. Son existence est limitée dans le temps. Les blogs de crise ont habituellement des objectifs simples et concrets. Les blogs demandant la libération de blogueurs arrêtés ont pour la plupart commencé comme des blogs de crise. Les blogs Free Monem <www.freemonem.cybversion.org>, Free Fouad <<http://en.freefouad.com>>, et Free Kareem <www.freekareem.org> en sont trois exemples. Don't Block the Blog ("Ne bloquez pas le blog"), qui demandait la levée du blocage des blogs Blogger au Pakistan en 2006 <<http://help-pakistan.com/main/dont-block-the-blog>>, est un autre bon exemple de blog de crise.

Un blog de sensibilisation réagit à une situation qui n'a pas de réponse ou de solution simple et rapide. Sa durée dans le temps est longue et il doit répondre à des demandes complexes. Exemples de blogs de sensibilisation : Rights Action Group T&T, qui défend l'environnement à Trinidad et Tobago <www.rightsactiongroup.blogspot.com>, Motic, qui lutte contre le filtrage d'Internet au Maroc <<http://motic.blogspot.com>> et FACT Thai, contre la censure d'Internet en Thaïlande <<http://facthai.wordpress.com>>. Un autre blog de sensibilisation est Kubatana, qui promeut l'utilisation de l'Internet pour la défense des droits de l'Homme au Zimbabwe. <www.kubatana.net>. Don't Forget Burma (N'oubliez pas la Birmanie), un blog de photos, permet de maintenir l'attention sur la situation politique dans ce pays <www.dontforgetburma.org>.

2. Blogs de sensibilisation

Un autre blog de sensibilisation est Kubatana, qui promeut l'utilisation de l'Internet pour la défense des droits de l'Homme au Zimbabwe. <www.kubatana.net>. Don't Forget Burma (N'oubliez pas la Birmanie), un blog de photos, permet de maintenir l'attention sur la situation politique dans ce pays <www.dontforgetburma.org>.

Un autre blog de sensibilisation est Kubatana, qui promeut l'utilisation de l'Internet pour la défense des droits de l'Homme au Zimbabwe. <www.kubatana.net>. Don't Forget Burma (N'oubliez pas la Birmanie), un blog de photos, permet de maintenir l'attention sur la situation politique dans ce pays <www.dontforgetburma.org>.

<<http://censorship.cybversion.org>>

Type: blog de crise à blog de sensibilisation

Cause: attirer l'attention sur la censure très dure qui règne dans ce pays.

Pays: Tunisie

Langues : Français, Anglais, Arabe



Unblock Dailymotion in Tunisia



SEA-EAT

<<http://tsunamihelp.blogspot.com>>

Type: blog de crise

Cause: diffuser informations et actualités sur la situation, les secours et le travail des bénévoles après le Tsunami de 2004.

Pays: international

Langue : Anglais



Kubatana

<<http://www.kubatana.net>>

Type: blog de sensibilisation

Cause: promouvoir l'utilisation de l'Internet par les associations au Zimbabwe.

Pays : Zimbabwe

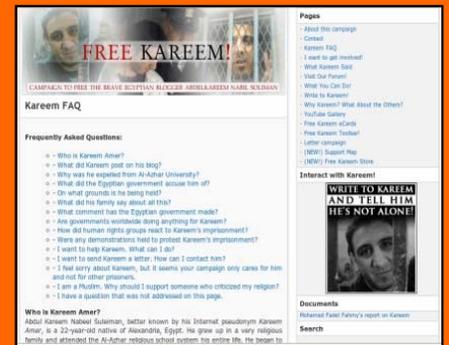
Langue : Anglais

Un blog de crise devient parfois un blog de sensibilisation quand la situation n'est pas résolue dans un laps de temps court. Un exemple : le blog Free Kareem (Libérez Kareem) ouvert en novembre 2006 pour réclamer la libération du blogueur égyptien Abdel Kareem Nabil Suliman. Par la suite, Kareem a été condamné à quatre ans de prison pour insulte à la religion et difamation du président égyptien. Le blog, ouvert comme un blog de crise, s'est transformé en blog de sensibilisation quand il est devenu clair que la campagne pour le faire libérer serait longue.

Un autre exemple de la mutation d'un blog de crise en blog de sensibilisation est le blog The Tsunami Help (également appelé le blog SEA-EAT) <www.tsunamihelp.blogspot.com>, qui a servi de relais d'information et de mobilisation au lendemain du tsunami de 2004 avant de remplir ce même rôle pour d'autres catastrophes naturelles.

Quand un blog de crise devient un blog de sensibilisation, maintenir la motivation des volontaires et bénévoles au long cours peut se révéler difficile. Développer des formes d'action innovantes est important pour maintenir la mobilisation. Il est également important de maintenir la structure de l'organisation à long terme pour tirer parti des événements (tels que des élections) qui permettent de mettre en lumière votre cause. Savoir tirer profit de ces opportunités politiques est essentiel pour obtenir des résultats tangibles durant les mobilisations à long terme.

Exemples de blogs



Free Kareem

<<http://www.freekareem.org>>

Type: blog de crise à blog de sensibilisation
Cause: obtenir la libération du blogueur égyptien Abdel Kareem Nabil Suliman
Pays : international
Langue : Anglais

<<http://netzpolitik.org>>

Type: blog de sensibilisation

Cause: promouvoir les logiciels libres, les droits des internautes et la liberté d'expression dans le cyberspace.

Pays: Allemagne

Langues : Anglais, Allemand



Netzpolitik

<<http://beyondthestars.wordpress.com>>

Type: blog de sensibilisation

Cause: Promouvoir une campagne de protection de l'environnement à Hong Kong.

Pays: Chine, Hong Kong

Langue: Chinois



Beyond the Stars



Rights Action Group T&T

<<http://rightsactiongroup.blogspot.com>>

Type: blog de sensibilisation
Cause: promouvoir la bonne gouvernance et la défense de l'environnement.
Pays : Trinidad et Tobago
Langue : Anglais

Si vous ne lisez qu'une seule page...lisez celle-ci ! Les règles que doivent suivre ces blogs

Informations de contexte

1. **Quoi ?** Quelle est la cause que vous soutenez ?
2. **Pourquoi ?** Pourquoi la situation ou les faits que vous décrivez sont-ils injustes ?
3. **Qui ?** Qui est la victime de cette situation et qui en est le responsable ?
4. Si vous protestez contre un événement (comme une arrestation) **Quand** et **Comment** se sont déroulés les faits ?

Exemple la page "A propos de" sur le blog Free Monem
<<http://freemonem.cybversion.org/about/>>

Les lecteurs doivent pouvoir obtenir des informations de contexte actualisées sur le blog.

Actualisation

Les lecteurs doivent pouvoir s'informer des derniers événements sur votre blog .

Un objectif clair

Quel est selon vous le meilleur moyen de résoudre la situation que vous dénoncez ? Des objectifs simples, clairs, permettent de communiquer efficacement avec les lecteurs et les sympathisants. Votre but est la raison d'être du blog, vous devez pouvoir le résumer en une phrase.

Exemple "SASOD est un groupe basé en Guyana qui lutte contre la discrimination basée sur les préférences sexuelles."
<<http://sasod.blogspot.com>>

Une page "Impliquez-vous !"

Les visiteurs du blog doivent trouver une liste d'actions qu'ils peuvent entreprendre pour soutenir cette cause (exemples d'actions possibles page 16)

Exemples

→ Page "What You Can Do!" sur le blog Free Kareem
<www.freekareem.org/what-you-can-do>

→ « Ressources pour les activistes" sur le blog Save Darfur
<http://savedarfur.org/pages/activist_resources>

Une adresse e-mail

Les journalistes et les sympathisants potentiels doivent pouvoir joindre l'auteur du blog. Une adresse e-mail où l'on peut vous joindre doit être très visible.

Exemple VotreCause@gmail.com

Créer un blog pour votre cause

3.

1. Définir l'objectif

Il est très important de définir l'objectif d'un blog destiné à soutenir une cause avant de l'ouvrir. Voulez-vous uniquement donner quelques informations sur cette cause ? Voulez-vous militer pour un changement de politique ? Visez-vous une évolution spécifique ou une réforme générale ? Définir un objectif n'est pas seulement important pour vous et votre stratégie. C'est aussi important pour motiver les bénévoles et atteindre un but. (Logique: comment pourriez-vous atteindre cet objectif sans l'avoir défini au préalable ?) Avoir un objectif précis, tel que "sensibiliser l'opinion publique à X" ou "protester contre la loi X" sera par ailleurs très utile au cours de l'étape suivante : former une équipe. Annoncer "Je veux ouvrir un blog pour faire campagne pour la libération du blogueur Kareem, donner de ses nouvelles, et suggérer différentes manières aux lecteurs de l'aider" est infiniment plus motivant que "Kareem est en prison et je crois que nous devrions faire quelque chose." Connaître l'objectif que vous poursuivez dès le début sera un atout tout au long de la campagne.

2. Former une équipe

Il vous est possible de créer seul un blog mais pour en assurer le succès vous devez avoir un réseau d'amis et d'alliés. Voici une petite liste des personnes qui sont essentielles à la réussite d'un bon blog de soutien à une cause. Vous pourrez en trouver certains dans votre entourage. Vous pouvez aussi solliciter l'aide de communautés en ligne telle que Global Voices pour trouver qui peut vous assister. Il n'est pas nécessaire de pourvoir chaque responsabilité. L'important est de réunir le plus de collaborateurs compétents.

- **Rédacteur(s):** La régularité des publications sur un blog est la responsabilité la plus importante. Dans l'idéal, vous devez mettre en ligne un billet tous les deux jours (chaque jour est encore mieux). Trouvez des co-rédacteurs pour vous aider dans la rédaction.
- **Codeur:** Si vous voulez un blog sophistiqué, vous devrez vous attacher une personne maîtrisant les langages informatiques. Il ou elle devra connaître le code HTML, qui est utilisé pour changer le style graphique de votre blog (polices de caractères, couleur du fond, etc.) et vous pourrez en profiter pour acquérir quelques rudiments. D'autres langages ou codes informatiques, tels que PHP et Javascript, sont utiles pour créer des modules interactifs, comme des badges de blogs animés, mais ces codes sont plus difficiles à manier.
- **Designer:** Si vous voulez que votre blog ait un aspect graphique professionnel, un designer sera nécessaire pour le concevoir, mais vous pouvez aussi vous débrouiller seul(e). (J'utilise personnellement un outil en ligne gratuit, appelé GIMP, pour réaliser des bannières et des badges). Pour des fonctions multimédia plus

Exemples de blogs



Free Fouad

<<http://en.freefouad.com>>

Type: blog de sensibilisation
Cause: s'opposer à la détention illégale du blogueur saoudien Fouad Alfarhan.

Pays: international

Langues: Anglais, Arabe



SASOD Guyana

<<http://sasod.blogspot.com>>

Type: blog de sensibilisation
Cause: lutter contre la discrimination basée sur les préférences sexuelles en Guyana.

Pays: Guyana

Langue: Anglais

élaborées, comme les créations en vidéos, il vous faudra trouver cette compétence autour de vous.

- **Relations publiques** : avoir des contacts, connaître un grand nombre de personnes est important pour la promotion de votre blog. Demandez de l'aide à une personne qui connaît des journalistes et des responsables d'ONG.
- **Traducteur**: Cette personne vous aidera à traduire votre blog. Comme nous l'avons souligné dans l'introduction, vous devez traduire les informations de base en anglais si vous voulez que la campagne ait un impact international. Vous pouvez aussi avoir besoin de les traduire dans d'autres langues. Tout dépend de l'audience ciblée.

3. Créer un blog

Préparer et ouvrir le blog semble l'étape la plus importante : c'est celle qui prend le moins de temps. L'un des grands avantages d'utiliser un blog est de pouvoir lancer un

site immédiatement fonctionnel en 24 heures ou moins. Si vous n'avez pas les compétences pour créer le blog vous-même, c'est le moment de vous appuyer sur l'équipe que vous avez réunie.

Voici quelques exemples de contenus pour le blog.

- **Les bases**: Chaque blog destiné à soutenir une cause doit comprendre (voir p.7)
 - ⊙ **Des informations de contexte** sur la cause (quoi, où, quand, qui, pourquoi et comment)
 - ⊙ **Des mises à jour** sur l'actualité de cette cause
 - ⊙ **Un objectif** ou comment le problème en question peut être résolu (voir le blog "Free Kareem!")
 - ⊙ **Une page "Impliquez-vous !"** (les actions que les lecteurs peuvent entreprendre pour soutenir cette cause)
 - ⊙ **Une adresse e-mail de contact** pour que les lecteurs et sympathisants puissent vous contacter.
- **Images**: Dans l'idéal, chaque billet devrait être illustré. Le blog est ainsi plus attrayant pour les lecteurs. Si vous soutenez une personne, présenter la photo de cette personne est important : une photo crée une identification et touche. Vous pouvez réunir des photos mises en ligne sur le site de photos Flickr dans un badge animé figurant sur une des colonnes du blog. Ce badge s'appelle "Flickr Zeitgeist" : <<http://flickr.com/fun/zeitgeist>>.
- **Vidéo**: Si un des membres de l'équipe sait faire un montage vidéo, il est utile de créer une vidéo qui explique votre cause. Elle peut être mise en ligne sur des sites de partage de vidéos tels que www.YouTube.com et www.DailyMotion.com pour toucher une plus large audience. Les autres blogueurs sympathisants peuvent intégrer cette vidéo sur leur propre blog (voir de bons exemples de vidéos de soutien sur : http://freemonem.cybversion.org/video_multimedia).



Don't Forget Burma

<<http://www.dontforgetburma.org>>

Type: blog de crise à blog de sensibilisation

Cause: le blog a été créé pour soutenir les manifestations des moines birmans. C'est maintenant un espace où les sympathisants peuvent témoigner de leur solidarité et de leurs pensées quotidiennes, même si l'attention des médias traditionnels s'est détournée de la Birmanie.

Pays: International

Langue : Anglais



Motic

<<http://motic.blogspot.com>>

Type: blog de sensibilisation

Cause: protester contre la censure de l'Internet au Maroc.

Pays: Maroc

Langue : Français



→ **Badges**: Voici une autre tâche pour votre designer. Un badge est un petit graphisme Internet que les autres blogueurs peuvent afficher sur leur propre blog pour témoigner de leur soutien à votre campagne. Vous pouvez créer un badge pour votre campagne avec une simple image, ou, si votre designer a de bonnes compétences en graphisme Internet, vous pouvez créer des badges animés (voir un bel exemple de badge animé sur le blog “Free Fouad” : <http://www.alfarhan.org/archives/175>)

→ **Liens vers d'autres actions** Si vous participez au soutien d'une cause connue, d'autres personnes agissent peut-être aussi de leur côté avec d'autres initiatives. Il est très important d'être en contact avec les autres activistes pour coordonner vos différentes actions et faire connaître les autres groupes d'action. Si un autre groupe lance une action, faites en la promotion sur votre blog, donnez le lien vers leur blog dans une des colonnes du vôtre et demandez-leur de faire de même sur le leur.

→ **Tags**: Les tags sont des mots clés que vous pouvez ajouter à vos billets pour aider les internautes à trouver votre blog. Le site <www.technorati.com> est l'un des moteurs de recherches les plus utilisés pour les blogs et a son propre système de mots clés. Si vous incluez dans chacun de vos billets la ligne de code informatique fournie par le site Technorati, les internautes qui effectuent des recherches sur Technorati trouveront votre blog par ces mots clés ou tags.

4. Promouvoir votre blog

Vous avez maintenant formé une équipe et créé le blog. Félicitations ! Maintenant, le vrai travail commence. Vous devez faire connaître la cause que vous défendez pour

mettre fin à une injustice. Comme pour n'importe quelle campagne d'information ou de sensibilisation, vous devez vous fixer un objectif : la personne ou le groupe de personne qui a le pouvoir de faire bouger les choses. Ensuite, vous devez décider sur quelle personne ou groupe vous voulez faire pression pour atteindre votre but.

Par exemple, le blog “Free Monem” <<http://freemonem.cybversion.org>> protestait contre la détention illégale du blogueur Adbel Monem Mahmoud. Son but était la libération de Monem et sa cible, le gouvernement égyptien. L'action s'est révélée payante : le gouvernement égyptien a libéré Monem le 2 juin 2007.

Comme pour “ Free Monem”, la cible de nombreuses campagnes sont les gouvernements. Vous souhaitez que votre blog influence directement un gouvernement mais vous ne pouvez pas vous contenter d'envoyer un e-mail au Président d'une république et vous attendre à ce qu'il le lise. Modifier une politique ou une décision d'un gouvernement exige bien plus. Mais ne vous inquiétez pas. Tout sera expliqué. Le graphique de la page suivante expose quatre façons différentes d'avoir une influence sur un gouvernement et explique pourquoi et comment utiliser ces méthodes. Si le graphique vous paraît complexe, lisez l'explication et tout deviendra compréhensible.



OurKingdom

<<http://ourkingdom.opendemocracy.net>>

Type: blog de sensibilisation
Cause: promouvoir une constitution démocratique pour le Royaume Uni.
Pays : Royaume Uni
Langue: anglais



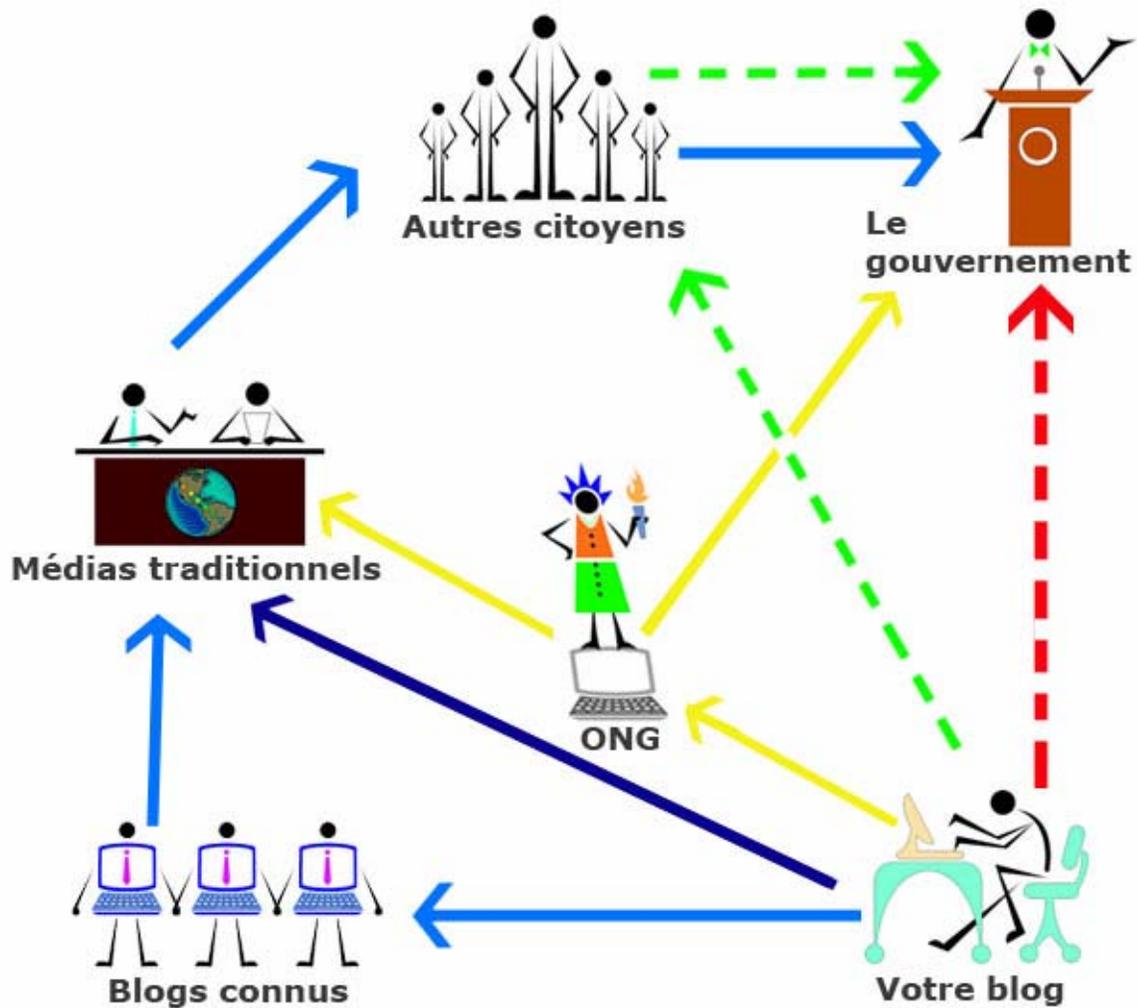
Free Monem

<<http://freemonem.cybversion.org>>

Type: blog de crise
Cause: obtenir la libération du blogueur égyptien emprisonné Abdel-Monem Mahmoud.
Pays : international (Egypte, Tunisie, Maroc, USA, Syrie)
Langue: anglais, français, arabe

Graphique I: votre blog peut influencer les autorités

Ce graphique explique cinq façons d'influencer un gouvernement



1. Contacter le **gouvernement**
2. Contacter d'autres **citoyens**
3. Contacter les **médias traditionnels**
4. Contacter des **blogueurs connus**
5. Contacter une **ONG**

1. Qui voulez-vous toucher ?

Le problème pour lequel vous vous mobilisez est-il local, concerne-t-il seulement les citoyens de votre ville ? Dans ce cas, seuls les médias locaux (journaux, radios, tv) sont concernés. Si votre cause mérite une mobilisation internationale, mieux vaut contacter une agence de presse internationale telle que Associated Press, France-Presse, ou Reuters. Beaucoup de quotidiens du monde entier reprennent les informations diffusées par ces agences.

Cependant, gardez à l'esprit que l'impact médiatique et la facilité d'accès sont inversement proportionnels. Les médias internationaux donneront à votre cause un impact beaucoup plus important, mais il est beaucoup plus difficile d'attirer leur attention car un très grand nombre d'actualités différentes requièrent leur attention chaque jour. A l'inverse, il est plus facile d'avoir accès à la rédaction d'un journal ou d'une télévision locale mais l'impact sera moindre, leur audience étant locale également.

2. Qui est assez libre pour parler de ce problème ?

Le second facteur que vous devez envisager est le degré de liberté dont jouissent ces médias pour couvrir les informations reliées à votre cause. Dans beaucoup de pays, les médias sont étroitement contrôlés par le gouvernement. Dans ce cas, les médias locaux peuvent ne pas évoquer votre actualité, surtout si elle présente sous un aspect négatif le gouvernement. Il est alors plus judicieux de contacter les médias internationaux.

Comme dans notre premier scénario, la liberté et la facilité d'accès sont là aussi inversement proportionnels. Les médias internationaux sont souvent plus libres de diffuser une actualité critique envers le gouvernement d'un pays, mais il est plus difficile d'être remarqué par ces médias internationaux. Encore une fois, le nombre d'actualités qu'ils traitent est très important. A l'inverse, il est plus facile de contacter les médias locaux, mais leur liberté rédactionnelle peut être limitée.



<<http://help-pakistan.com/main/dont-block-the-blog/>>

Type: blog de crise à blog de sensibilisation
Cause: lutter contre la censure d'Internet au Pakistan.
Pays: Pakistan
Langue : Anglais



World Bank President
<www.worldbankpresident.org>

Type : blog de sensibilisation
Cause : relayer les informations sur le président de la Banque Mondiale (articles de presse, informations internes, réactions officielles, activités des associations) pour une plus grande transparence de cette institution.
Pays : USA
Langue : Anglais



Save Darfur
<<http://savedarfur.org/blog/>>

Type: blog de sensibilisation
Cause: lever des fonds et augmenter la mobilisation autour de la crise humanitaire au Darfour.
Pays: USA
Langue : Anglais

Quand vous avez choisi d'agir localement ou à l'international, comment joindre des journalistes pour les informer ? Parlez-en tout d'abord avec les membres de votre équipe. Quelqu'un a peut-être un contact (ceci concerne tout particulièrement la personne chargée des relations publiques). Ensuite, rédigez un communiqué de presse et envoyez-le au support que vous avez choisi. (Les communiqués de presse sont aussi très utiles pour contacter des ONG.) Souvenez-vous que le communiqué doit aussi être rédigé en anglais si vous voulez contacter les médias étrangers. Ce sera la tâche de votre traducteur. Voici le format habituel d'un communiqué de presse :

[Titre]

Pour diffusion immédiate

[Votre nom, numéro de téléphone mobile, E-mail]

[Corps du communiqué de presse]

Le premier paragraphe du communiqué de presse doit comprendre le “Qui, Quoi, Quand, Où et Comment” de votre information. Si un reporter lit uniquement le premier paragraphe, il ou elle aura les informations nécessaires pour évoquer le sujet en conférence de rédaction. Les paragraphes suivants peuvent comprendre des citations, des informations supplémentaires, des témoignages ou compte-rendus d'événements, une explication du contexte et de son importance.

Après avoir envoyé votre communiqué de presse, vous devez être prêt à répondre à l'appel d'un journaliste. N'oubliez pas que les journalistes ont des dates et heures de bouclage. Si un journaliste vous laisse un message, rappelez-le immédiatement. Vous devrez vous être préparé à ses questions pour donner des réponses claires et concises, simples à citer dans un article. Quand vous vous entretenez avec des journalistes, vous devez aussi avoir tous les chiffres, dates, informations clés à disposition pour donner rapidement des informations précises. Si vous avez la chance d'être interrogé ou cité par un média, assurez-vous de créer un lien sur votre blog vers le site de la chaîne ou du journal. Être cité par la presse d'information donne de la crédibilité à votre cause. Mettez cette intervention en valeur sur votre blog.

4. Contacter des blogueurs connus

Si vous n'avez pas de contacts directs avec les médias, vous pouvez utiliser les autres blogs, s'ils sont connus, pour augmenter votre visibilité. Dans les pays où existent des blogosphères actives, les journalistes mènent une veille sur les blogs les plus populaires pour y trouver des sujets d'articles ou de reportages. Présentez-vous par un message à l'un de ces blogueurs et demandez-lui de signaler votre campagne et votre cause. [\[ligne bleu clair\]](#). Avec un peu de chance, un journaliste lira ce billet et souhaitera en parler dans un article. (Dans certains pays, comme la Chine, les journalistes lisent les forums en ligne les plus fréquentés. Découvrez quelles sont les sources d'informations utilisées par les journalistes de votre pays.)

5. Contacter une ONG

Une autre manière très importante de promouvoir votre cause et d'influencer un gouvernement est de contacter une organisation non gouvernementale (ONG) ou une association. Les ONG représentent les intérêts de groupes constitués de citoyens. Certaines ONG sont apolitiques, comme les organisations religieuses ou civiles, mais beaucoup d'entre elles soutiennent des causes politiques ou humanitaires. Il existe probablement une ONG dans le monde prête à vous aider et à soutenir votre cause.

Les ONG peuvent vous aider de très nombreuses façons. Elles sont souvent bien introduites auprès des médias traditionnels et peuvent vous aider à faire connaître votre cause. [ligne droite jaune]. De plus, certaines ONG entretiennent des relations avec des membres du gouvernement. Cela signifie qu'elles peuvent intervenir directement auprès d'un représentant du gouvernement pour votre cause. [ligne droite jaune]. Ceci peut être extrêmement utile. Par ailleurs, les ONG ont beaucoup d'expérience en matière de lobbying, elles peuvent vous donner des conseils très utiles pour que votre campagne réussisse.

Vous devriez envisager de contacter à la fois les ONG locales et internationales pour voir qui peut vous aider. Mieux vaut commencer par les ONG locales. Trouver une ONG, et la personne à contacter, sera le travail de votre chargé(e) des relations publiques. Souvent, les ONG locales ont des contacts avec les ONG internationales. Celles-ci ont un pouvoir de mobilisation international et peuvent influencer le gouvernement de votre pays.⁴

Un exemple récent de l'aide apporté par une ONG pour défendre une cause : le blog “Free Fouad” (Libérez Fouad) I <<http://en.freefouad.com>>, qui a été créé pour protester contre l'arrestation, en décembre 2007, du blogueur saoudien Fouad Alfarhan, a collaboré avec une ONG appelée [Committee to Protect Journalists](#) (CPJ, le Comité pour Protéger les Journalistes).

L'un des blogueurs impliqués dans la campagne “Free Fouad” [Sami Ben Gharbia](#), a contacté un ami qui fait partie de ce comité pour l'informer de l'emprisonnement de Fouad. Le CPJ a alors utilisé son expérience du lobbying auprès des gouvernements étrangers et a envoyé une lettre officielle au roi Abdullah d'Arabie Saoudite demandant la libération de Fouad. Le CPJ a également appelé ses contacts dans les médias et les autres ONG pour soutenir cette revendication.

Quand le CPJ a envoyé cette lettre, au cours de la semaine, des journaux et chaînes de télévision du monde entier ont commencé à publier des articles sur la situation de Fouad, dont le New York Times, la BBC, et CNN. Au moment où nous rédigeons ce guide, le Général Mansour al-Turki, porte-parole du Ministère de l'Intérieur, a annoncé que Fouad serait libéré sous peu.

Travailler en collaboration avec une ONG peut amplifier énormément l'importance de votre campagne de mobilisation.

⁴ Pour plus d'informations sur les campagnes internationales, voir le livre “Activists Beyond Borders” (Cornell University Press, 1998) par Margaret Keck et Kathryn Sikkink.

4.

Faire du blog un relai d'actions

Voici quelques suggestions pour faire de votre blog non seulement un centre d'informations mais également un centre d'actions.⁷

Vous êtes le leader d'une communauté

Vous devez avant tout comprendre que vous êtes l'organisateur et le leader d'une communauté, que les personnes qui lisent votre blog sont intéressées par son sujet et veulent participer⁵. Donnez-leur une mission précise pour les motiver, expliquez leur quel rôle elles peuvent jouer dans cette mission, et ce

qu'elles peuvent faire pour vous aider.

- N'oubliez pas que quelques personnes de votre communauté peuvent être des *"influenceurs"*.⁶ Les influenceurs sont des personnes qui militent activement en politique ou dans la vie associative, connaissent beaucoup de gens et peuvent "influencer" leurs connaissances et les convaincre de s'impliquer dans votre cause. Si ces "influenceurs" sont motivés par votre cause et si vous savez utiliser leurs talents à bon escient, votre campagne aura un grand impact.

Connaître votre communauté

- Une fois la communauté créée, vous devez savoir utiliser les talents des bénévoles. Renseignez-vous sur leurs compétences respectives et demandez leur aide.

- Sollicitez leurs idées pour promouvoir votre campagne et écoutez attentivement leurs suggestions. L'espace commentaires du blog est idéal pour ces échanges.
- Quand vous songez à organiser une action ou lancer un projet, vous pouvez faire un sondage pour demander leur avis aux membres de la communauté. Lancer une action en solitaire, qui n'aura pas l'adhésion de votre communauté, ne vous mènera à rien. (Vous pouvez créer un sondage gratuit en ligne sur les sites www.freepolls.com ou www.pollhost.com et l'intégrer sur votre blog.)
- Surveillez les statistiques des visiteurs de votre blog au quotidien, analysez le nombre de visites et les pays d'où proviennent les visiteurs. Le site ClustrMaps <www.clustrmaps.com> vous permet de visualiser ces informations sur une carte.

Choisir une action

- Maintenant, vous avez formé une communauté. Il est temps d'organiser des actions pour la mobiliser. L'objectif d'une action est d'exercer une pression sur votre "cible" - la personne qui a le pouvoir de remédier à la situation que vous dénoncez. S'il s'agit d'une situation politique, votre cible sera probablement un politicien. Si vous vous opposez aux actions d'une société, votre cible sera un manager de cette société.

- Il est souvent difficile de déterminer qui a le pouvoir de remédier à une situation injuste. Les organigrammes ne révèlent pas qui détient une responsabilité spécifique, pour ne pas avoir à rendre des comptes. En cas de doute, visez haut. Si vous êtes un militant politique, ciblez le président ou un membre d'un corps législatif qui représente la région ou l'injustice que vous dénoncez à lieu. S'il s'agit d'une action contre une multinationale, ciblez le président directeur général (CEO en anglais).
- Votre page "Mobilisez-vous !" devrait proposer différentes actions à entreprendre par les sympathisants de votre cause. Dans l'idéal, les actions proposées doivent convenir à différents niveaux d'implication et différents profils de sympathisants.

⁵ Cette partie a été co-rédigée avec Carol Darr, ancien directeur de l' *Institute of Politics, Democracy and the Internet* à l'université George Washington

⁶ "Poli-fluentials: The New Political Kingmakers," disponible sur www.ipdi.org/Publications/default.aspx

Voici une liste d'actions possibles à proposer. Vous pouvez en concevoir d'autres. Créer des actions inédites et originales est une bonne façon de motiver votre communauté et d'attirer l'attention des médias et de la cible que vous cherchez à influencer. **Signer une pétition en ligne**: une pétition en ligne est l'une des actions les plus rapides et les plus simples à mettre en place car signer une pétition en ligne ne prend que quelques minutes.

- ⊙ Vous pouvez créer une pétition en ligne gratuitement sur les sites www.thepetitionsite.com/create-online-petition ou www.ipetitions.com, puis publier le lien vers cette pétition sur votre blog de campagne.
- ⊙ L'organisation internationale d'activisme en ligne Avaaz <www.avaaz.org> utilise souvent des pétitions pour les campagnes qu'elle organise. Vous pouvez consulter son site pour vous inspirer des exemples montrés et de la terminologie utilisée.
- ⊙ Quand vous jugez que le nombre de signatures recueillis est assez important, imprimez la pétition et présentez là à la personne qui est la cible de cette pétition.
- ⊙ Si les risques ne sont pas trop grands, vous pouvez également réaliser une vidéo de la présentation de la pétition ou de votre démarche pour la présenter à un officiel et publier la vidéo sur le blog.
- **Ecrivez à votre représentant parlementaire** : Signer une pétition est une façon pour les sympathisants de prouver qu'ils soutiennent votre cause. Cependant, une lettre à un officiel a plus d'impact. Demandez à votre communauté d'écrire directement à la ou aux personnes que vous ciblez.
- ⊙ Cette démarche demande plus de temps. Il est probable que les bénévoles impliqués (voir section suivante) seront les plus disponibles.
- ⊙ Pour une campagne de lettres, vous devez publier les informations nécessaires sur votre blog pour les aider à identifier qui est leur maire, député ou sénateur. Vous devez aussi donner les coordonnées où la lettre doit être envoyée. (Dans l'idéal, cette lettre doit pouvoir être envoyée par e-mail car c'est une économie de temps).
- ⊙ Pour la rédaction de la lettre, il est important de donner une lettre type à personnaliser ou une liste de points à ne pas oublier de mentionner dans la lettre, pour faciliter la démarche.
- ⊙ En général, les lettres personnelles, basées sur le plan fourni, sont plus efficace que les lettres types car ces lettres se ressemblent toutes. Une lettre personnelle est plus longue à rédiger, et entraîne plus d'implication dans la cause défendue. Mais les sympathisants enverront plus probablement une lettre type. Ils doivent être laissés libre d'envoyer la lettre type proposée ou de personnaliser leur lettre à l'aide du plan.
- ⊙ Vous pouvez aussi organiser une campagne "Téléphonez à votre représentant" si vous avez accès aux numéros de téléphone des officiels. Si les bénévoles savent utiliser le logiciel de téléphonie en ligne Skype, vous pouvez même organiser une campagne internationale, en leur demandant de téléphoner à l'étranger.
- **Boycotter le produit X** : Si la cible de votre action est une société commerciale, il vous est possible de boycotter un de ses produits. Vous pouvez annoncer le boycott sur votre blog.
- ⊙ Une des façons de diffuser votre message est de créer un badge de blog "Je boycotte X", que d'autres blogueurs sympathisants peuvent à leur tour publier sur leur blog pour témoigner leur soutien au boycott et en informer leurs lecteurs.
- **Signer une charte**: Pour renforcer l'implication des bénévoles et sympathisants dans votre campagne, il est souvent utile de leur demander de signer une charte ou un engagement stipulant qu'ils ont adhéré à la défense de votre cause.
- ⊙ Le site www.PledgeBank.org propose de nombreux modèles de chartes (en anglais) dont vous pouvez vous inspirer.
- ⊙ Signer une charte répond à deux objectifs :
 - Les sympathisants sont plus susceptibles d'honorer leurs engagements car ils ont signé une déclaration formelle.

- Cela vous permet d'avoir une liste des personnes qui ont signé votre charte (en demandant leur autorisation, naturellement). Cette liste pourra être présentée à la cible de votre action, de la même façon que vous présenteriez une pétition.

→ **Organisez une action** : les blogs de soutien sont de bons moyens d'organiser des événements, comme des marches de protestation ou des “teach-ins” (des événements où le public vient s'informer sur votre cause).

- ⊙ Vous pouvez faire la promotion d'une manifestation en publiant l'information sur votre blog et en adressant un e-mail à votre liste de contacts.
- ⊙ La plupart des actions et manifestations réelles sont locales. Par exemple, en 2006, les étudiants chiliens ont utilisé les blogs de photos pour attirer l'attention sur les manifestations réclamant une éducation de meilleure qualité.
- ⊙ Vous pouvez aussi organiser des actions à l'international, comme l'a fait la campagne Free Kareem (Libérez Kareem) en organisant des rassemblements devant les différentes ambassades d'Egypte dans le monde pour alerter l'opinion sur la détention du blogueur égyptien Abdel Kareem Nabil Suliman.

→ **Amplifier la parole censurée** : les actions d’“amplification” consiste à diffuser une expression censurée, comme un texte censuré sur l'Internet ou les paroles d'un activiste emprisonné.

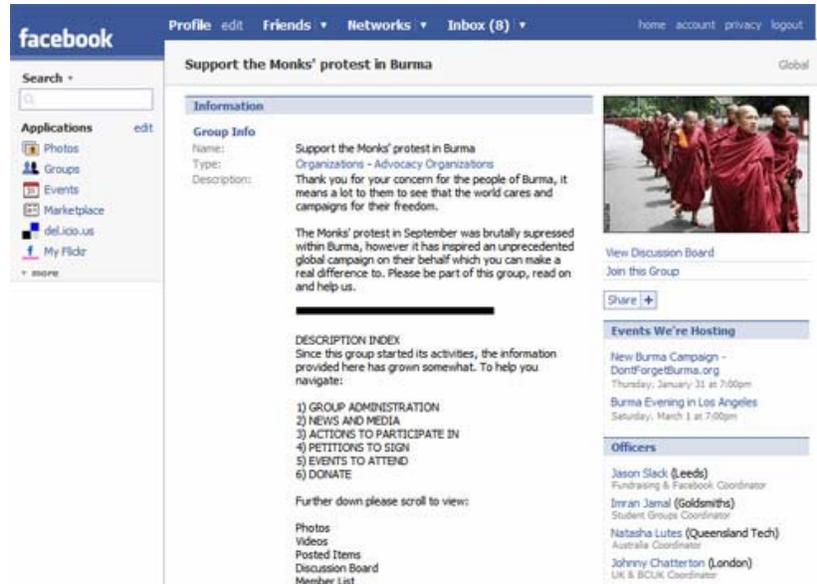


- ⊙ Certaines actions sont particulièrement bien adaptées à certains groupes de bénévoles et à certaines causes. Par exemple “l'amplification” est bien adaptée aux blogueurs et son utilisation est indiquée pour les campagnes contre la censure et les détentions.
- ⊙ Une des associations importantes qui utilise l'amplification comme moyen d'action numérique est Amnesty International. Sa campagne “Irrepressible” <<http://irrepressible.info>> demande aux blogueurs de publier des badges sur leur blog qui diffusent des phrases publiées en ligne puis censurées.
- ⊙ La campagne “Free Monem” a, en suivant cet exemple, créé un badge animé qui diffuse des citations du blogueur emprisonné Abdel Monem Mahmoud. La campagne “ Free Fouad” utilise un badge similaire. <www.alfarhan.org/archives/175>.
- ⊙ Le message de l'amplification est clair : emprisonner un activiste ne le réduit pas au silence. Au contraire, cela amplifie sa voix.

→ **Créez un visuel**: J'ai déjà mentionné les badges dans le contexte d'autres actions, mais j'aimerais revenir sur ce sujet plus en détails. Un visuel est un signe de reconnaissance qui témoigne de votre soutien à une cause.

- ⊙ Les badges de blogs de soutien, comme les deux exemples dont nous avons parlé, sont des illustrations de visuels de campagnes de mobilisation en ligne.
- ⊙ Vous pouvez aussi utiliser un blog pour organiser des manifestations bien réelles, comme par exemple de demander aux gens de porter du rouge à une certaine date. C'est ce que les supporters des manifestations de 2007 en Birmanie ont fait. Par l'intermédiaire de sites Internet, d'un groupe sur le réseau social Facebook, et de blogs, ils ont demandé aux sympathisants de porter du rouge le 21 septembre 2007. Puis ils ont demandé à ces personnes de se photographier dans cette tenue et de mettre les photos en ligne sur le groupe Birmanie de Facebook <<http://harvard.facebook.com/group.php?gid=24957770200>>.
- ⊙ Publier sur la Toile, sous forme numérique, les visuels, logos et signes de reconnaissance de votre campagne est essentiel. Une manifestation sera remarquée uniquement par quelques personnes dans un lieu donné. Si vous

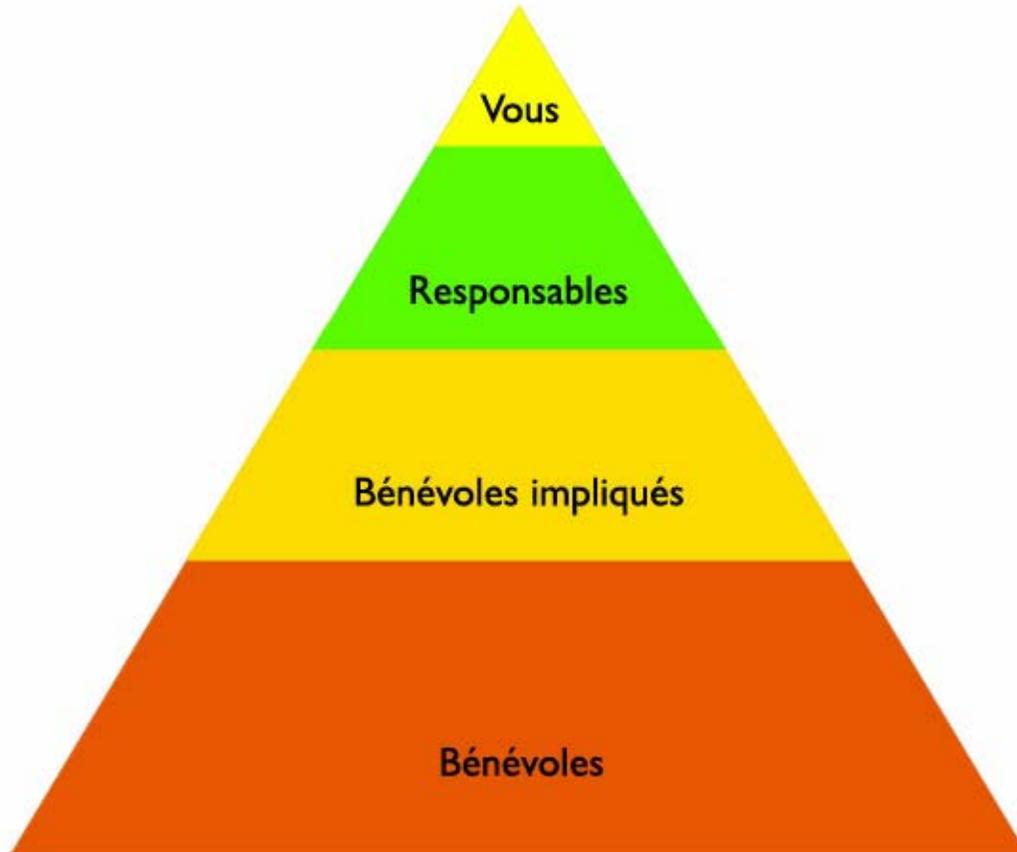
photographiez ou filmez la manifestation et publiez ces archives sur votre blog de campagne, un nombre beaucoup plus important de personnes les verra et prendra conscience de votre campagne et de votre cause.



Mobiliser votre communauté : faites SIMPLE

- Les membres de la communauté sont les bénévoles qui permettent à votre campagne de réussir.
- Comme vous l'avez sans doute noté avec les exemples donnés dans les sections précédentes, votre but est de “Faire simple” dans les actions que vous organisez pour la communauté.
- Comprenez que les bénévoles ont peu de temps et utilisez ce temps à des actions aussi simples et autonomes que possible. Plus simple est la façon de participer, plus les participants seront nombreux et plus la campagne a de chances d'être remarquée.
- Visualisez la communauté des bénévoles comme une pyramide. La plupart des personnes sont des bénévoles “normaux” <rouge> et ne peuvent que consacrer peu de temps à la cause que vous soutenez. Un nombre beaucoup plus réduit sont des bénévoles impliqués. <orange> et sont prêts à consacrer un temps important. Quelques personnes seulement <vert> accepteront un rôle de responsable et vous aideront concrètement à organiser une campagne. Il est nécessaire d'avoir une stratégie pour travailler en harmonie et efficacement avec ces trois groupes.
- La solution est de proposer des actions sur votre page “Impliquez vous !” qui répondent à chaque niveau d'implication. Les supporters peuvent alors choisir l'action qui leur convient le mieux.

Graphique 2 : la communauté des bénévoles



- **Bénévoles** La plupart des membres d'une communauté sont très occupés. Si vous proposez des actions, elles ne doivent pas prendre beaucoup de temps. C'est l'une des raisons pour lesquelles les pétitions en ligne sont si utilisées actuellement. Deux minutes suffisent pour signer. Appeler ou envoyer un e-mail ou un SMS à des élus politiques peut aussi être rapide si vous donnez les informations nécessaires pour les joindre. Pour les blogueurs, demander à d'autres blogueurs de publier un badge pour promouvoir votre cause est rapide et facile. C'est l'équivalent numérique d'un sticker sur une voiture.
- **Bénévoles impliqués** Avec le petit nombre de "bénévoles impliqués", des actions plus complexes peuvent être prévues, mais la règle du "Faites simple" s'applique là aussi. S'ils organisent des manifestations tels que défilés, sit-in, mettez à leur disposition un kit ou une liste des tâches à accomplir pour rendre l'organisation plus facile. Restez toujours disponibles pour les conseiller et les aider. Souvenez-vous que leur implication est essentielle pour votre campagne.
- **Responsables** L'équipe est là pour vous aider dans la stratégie et dans les tâches quotidiennes qui sont nécessaires à la réussite de votre campagne. Les consulter et les écouter vous permettra de bénéficier de leurs idées et expérience. Leur donner des ordres ne produira rien de bon. Votre campagne sera compromise.

5.

Ne vous mettez pas en danger

Bloguer pour une cause signifie souvent exprimer des opinions qui vont déplaire et critiquer des personnes puissantes, particulièrement le pouvoir en place. Si vous estimez que le contenu de votre blog peut représenter un danger pour vous, apprenez à bloguer anonymement.

Bloguer anonymement vous permet de vous exprimer sur le blog sans mettre en péril votre travail, votre vie privée et votre sécurité personnelle. Il existe plusieurs façon de protéger votre anonymat quand vous bloguez.

1. Ne donnez aucune information personnelle sur le blog, telle que votre nom, votre employeur, votre école ou votre ville de résidence.
2. Utilisez un pseudonyme or n'utilisez aucun nom.
3. Ne publiez jamais une photo de vous sur le blog.
4. N'utilisez pas une plateforme de blogs ou une messagerie électronique payante. Les informations de transaction peuvent être utilisées pour déterminer votre identité.
5. Ouvrez une adresse e-mail sous un faux nom (ne donnez pas votre vrai nom, adresse, etc. à l'inscription)
6. Publiez vos billets depuis différents ordinateurs pour que le blog ne soit pas associé à une seule adresse IP (la série de chiffres affectée à chaque ordinateur sur l'Internet). Identifier l'ordinateur depuis lequel les billets on été publiés conduit à vous identifier.
7. Utilisez un "serveur proxy" pour surfer sur Internet (ceci cache votre adresse IP).Pour une sécurité encore plus élevée, demandez à un ami qui vit dans un pays plus libre de gérer votre blog pour vous, en lui envoyant par une adresse e-mail anonyme (voir plus haut) les informations pour mettre à jour le blog.
8. Global Voices Advocacy recommande l'utilisation du serveur proxy Tor et de la plateforme de blogs Wordpress.

Ceci est une brève introduction à la sécurité personnelle en ligne. Pour des informations plus approfondies et des instructions pour utiliser les technologies mentionnées dans la liste, consultez les guides suivants :

- **Titre:** "Bloguer anonymement avec Wordpress et Tor"
Publié par: Global Voices Advocacy (2007)
Télécharger (en français) <http://advocacy.globalvoicesonline.org/wp-content/plugins/wp-downloadMonitor/download.php?id=4>
- **Titre:** "Guide pratique du blogueur et du cyberdissident"
Publié par : Reporters Sans Frontières (version mise à jour 2008)
Télécharger (en français) : http://www.rsf.org/IMG/pdf/guide_fr_md.pdf



Fin

← Et maintenant, changez le monde ! →