



GIRLS NOT BRIDES

The Global Partnership
to End Child Marriage

LIGNES DIRECTRICES POUR UNE COMMUNICATION ÉTHIQUE SUR LE MARIAGE DES ENFANTS

Principes, bonnes pratiques et outils

Table des matières

Introduction.....	4
Langage et terminologie	6
Section 1 : principes de la communication éthique	9
Section 2 : prise de décisions éditoriales	10
2.1 Matrice de la prise de décisions éditoriales	11
2.2 Exemples d'images et d'histoires à privilégier/éviter	18
2.3 Le triangle du risque	20
2.4 Prévoir de la diversité dans le contenu	21
2.5 Expérimenter et tirer des enseignements	22
2.6 L'éthique versus la mobilisation : dissiper les inquiétudes des bailleurs de fonds	25
2.7 Créer un « Groupe consultatif des filles et des jeunes femmes » pour le matériel de communication	26
Section 3 : consentement	27
3.1 L'importance du temps.....	28
3.2 Consentement et sauvegarde	28
3.3 Consentement d'enfants et d'adolescent-e-s.....	29
3.4 Consentement d'enfants sans parents ni tuteur légal ou tutrice légale (ou que ces personnes ne peuvent pas participer au processus de consentement).....	29
3.5 Consentement de contributeur-ric-e-s qui se renfrognent	29
3.6 Consentement lorsque des groupes sont photographiés ou filmés	30
3.7 Évaluation préliminaire des risques	31
3.8 Consentement verbal ou écrit ?.....	32
3.9 Consentement d'une personne sourde ou atteinte d'une déficience visuelle.....	33
3.10 Obtention d'un consentement à distance au moyen de WhatsApp.....	33
3.11 Traduction des documents de consentement.....	33
3.12 Procédure de consentement : suggestion de scénario	34
3.13 Documentation complémentaire	36
3.14 Carte de visite.....	36
3.15 Tableaux du consentement : quand doit-on obtenir un consentement ou non	37
3.16 Lorsqu'il n'est pas possible d'obtenir un consentement	41
3.17 Directives pour l'anonymisation et le changement de nom	41
3.18 Renouvellement d'un consentement	42
3.19 Quoi faire lorsqu'un-e contributeur-ric-e retire son consentement.....	43
3.20 Liste de vérification de la procédure de consentement	43
Section 4 : production de matériel de communication	45
4.1 Avant de collecter du contenu, préparer une équipe appropriée	46

4.2 Travailler avec des tiers	47
4.3 Collecte de contenu : principaux rôles et responsabilités éthiques	48
4.4 Former les collègues qui collectent le contenu	48
4.5 Affecter une personne précise à la procédure de consentement	48
4.6 Préparer le suivi des contributeur·rice·s	48
4.7 Retenir les services d'un·e pigiste pour les images	50
4.8 Évaluation des risques de communication	51
4.9 Gestion des attentes	52
4.10 Expliquer aux contributeur·rice·s comment déposer une plainte	52
4.11 Le droit d'obtenir de l'aide	53
4.12 La création d'images de manière responsable	53
4.13 Mettre en œuvre les choix des contributeur·rice·s	53
4.14 Mener des interviews de façon réfléchie	54
4.15 Découverte d'activités illégales	55
4.16 Travailler avec des interprètes	55
4.17 Cadeaux, paiement des dépenses et indemnisations des contributeur·rice·s	56
4.18 Histoires composites	57
4.19 Images de photothèques	57
4.20 Procédure d'approbation finale	57
4.21 Transmettre du contenu aux contributeur·rice·s, y compris des images	57
4.22 Personnes qui collectent et créent des histoires : prise en charge personnelle	58
4.23 Réfléchir et tirer des enseignements	58
4.24 Liste de vérification pour la production de matériel de communication	60
Section 5 : distribution et stockage	61
5.1 Importance des informations générales dans les métadonnées	61
5.2 Légendes d'images	61
5.3 Crédits d'images	62
5.4 Utilisation de documents multimédias achetés sur une photothèque (achat auprès d'un tiers)	62
5.5 Envoi d'histoires à des tiers (médias et bailleurs de fonds)	62
5.6 Manipulation d'images : recadrage, changement de la couleur, retournement, montage, retouches	63
5.7 Retrait d'une histoire : durée	64
5.8 Retrait d'une histoire : risques	64
Section 6 : engagement continu	65
6.1 Formation	65
6.2 Examen annuel	65
6.3 Modifications ponctuelles	66

Introduction

Lignes directrices à l'intention des membres du mouvement

La communication éthique repose sur une question fondamentale : qui détient le pouvoir ? Toute interaction humaine comporte une dynamique de pouvoir. Cette dynamique dépend de caractéristiques personnelles (le genre, l'ethnie, l'âge, etc.) et de la valeur qui leur est accordée au sein de l'interaction. Avec qui a-t-on une interaction ? Dans quel but ? Quel est notre capacité d'agir (à savoir, notre capacité à faire des choix et à agir conformément à ces choix) ? Ces aspects dicteront notre sentiment au sein de cette dynamique.

Une fille, une adolescente ou une jeune femme qui partage son histoire sera toujours consciente de cette dynamique de pouvoir, tout comme la personne qui l'écoute. Le processus par lequel une fille raconte son histoire peut lui donner l'impression d'être diminuée ou muselée. Cependant, s'il tient compte de la dynamique de pouvoir et y remédie, il peut lui permettre d'affirmer son autonomie, ses opinions et ses choix.

Il incombe aux spécialistes en communication du mouvement pour la fin du mariage des enfants de veiller à ce que le processus de collecte et de partage d'une histoire soit une source d'émancipation pour les contributeur·rice·s¹ et à ce que ces personnes apprécient la façon dont elles sont représentées dans les communications. Cela signifie examiner les préjugés et adapter l'histoire, le choix d'images et le processus décisionnel aux souhaits exprimés par les contributeur·rice·s. Cela signifie également sans cesse apprendre et améliorer ses méthodes de communication éthique d'après les expériences et commentaires des contributeur·rice·s.

Les présentes lignes directrices s'adressent aux membres du mouvement pour la fin du mariage des enfants. Elles définissent les principes et bonnes pratiques d'une communication éthique et proposent des considérations pratiques et des outils pour les réaliser. Elles ont pour objectif d'aider les créateur·rice·s de contenu sur le mariage des enfants à considérer les questions suivantes :

1. Leur matériel de communication reflète-t-il les souhaits et les attentes des filles, des adolescentes et des jeunes femmes qui partagent leur histoire ?
2. Comment leur matériel de communication est-il perçu par le grand public ?

Ces lignes directrices ont été rédigées par *Filles, Pas Epouses : Le Partenariat Mondial pour la Fin du Mariage des Enfants*. Elles s'appuient sur le travail d'autres organisations de la société civile en matière de communication éthique² et sur les organisations membres de *Filles, Pas Epouses* qui ont eu l'obligeance de partager leurs idées, leurs expériences et leur passion pour les droits et l'émancipation des filles et des femmes.

« Il serait utile d'avoir une série de directives pour indiquer clairement quelles sont les bonnes pratiques que toute organisation membre doit respecter et aider à mettre en évidence les lacunes et omissions que nous pourrions autrement ne pas remarquer lorsque nous recueillons des témoignages et menons des actions de communication. »

Organisation membre de *Filles, Pas Epouses* de l'Ouganda

¹ Voir la définition complète de « contributeur » et « contributrice » à la p. 6-7.

² Documents ayant éclairé les présentes lignes directrices : [Putting the people in the pictures first](#) de Bond, [Ethical content guidelines](#) d'Oxfam et [Ethical image policy](#) de WaterAid.

Le présent document est un document « évolutif » : il fera l'objet de révisions et de modifications au fil de l'évolution des connaissances du mouvement pour la fin du mariage des enfants.

Comprendre le contexte dans lequel nous racontons nos histoires

Ces lignes directrices ont été rédigées dans le contexte de pandémie de COVID-19 et font suite à une importante période de sensibilisation et d'actions contre le racisme dans le monde. Ces deux événements mondiaux ont contribué à un examen plus approfondi du matériel de communication produit par les secteurs du développement et de l'humanitaire, notamment en ce qui concerne les inégalités.

Les histoires sur le mariage des enfants ne sont pas racontées en vase clos. Elles existent dans le cadre plus général de la communication et des médias et dans des contextes politiques locaux, régionaux et mondiaux. Ces histoires fournissent des informations sur des endroits et des situations tout en véhiculant les messages d'organisations du mouvement pour la fin du mariage des enfants (et des filles, adolescentes et jeunes femmes avec qui elles collaborent).

Ces histoires, ou plus précisément les mots et images qu'elles contiennent, ont le pouvoir de forger des opinions à court et long terme sur les personnes et les endroits dont elles font mention. La communication éthique crée des liens entre le grand public et les personnes qui ont vécu le mariage des enfants ou qui œuvrent pour y mettre fin. Elle remet en question les stéréotypes sur les filles, les adolescentes et les jeunes femmes, en particulier celles qui ont vécu un mariage d'enfant ou y sont vulnérables. Enfin, elle ne réduit pas l'identité de ces dernières à une expérience ou à une période de leur vie, mais les présente en tant qu'êtres humains complexes et à part entière.

Figure 1 : Qu'est-ce qu'une communication éthique ? Réponses des organisations membres et du personnel du secrétariat de *Filles, Pas Epouses*.



Langage et terminologie

L'importance du langage dans la communication éthique

Chaque domaine d'activité fonctionne au sein d'un « univers de discours ». Cet univers de discours est composé d'un ensemble commun de faits, de relations et d'idées qui guident le comportement et définissent comment les membres d'un secteur donné partagent leurs expériences, collaborent et imaginent de nouveaux mondes. Il s'exprime au moyen d'un jargon, de mots codés, de termes et de symboles partagés³.

Les secteurs du développement international et de l'humanitaire existent dans un univers de discours comportant des éléments de colonialisme, de militarisme et de capitalisme. S'ils ne sont pas contrôlés, ces éléments perpétuent les relations de pouvoir inégales, les stéréotypes négatifs et les visions du monde qui leur sont associées – ce qui va à l'encontre des principes d'une communication éthique tels que décrits à la p. 9.

Parce que le langage et les idées évoluent continuellement, nous devons constamment les analyser pour nous assurer qu'elles préservent l'essence du travail, des valeurs et des relations pour la fin du mariage des enfants. À cet égard, voici quelques principes directeurs :

- Ne pas utiliser de langage qui promeut les relations de pouvoir inégales, les stéréotypes négatifs (en particulier à l'égard du genre) et les visions du monde qui leur sont associées.
- Utiliser un langage inclusif qui, lorsqu'il évoque le travail et les relations que l'on retrouve dans le mouvement pour la fin du mariage des enfants, rend compte de la capacité d'agir et des compétences des filles, des adolescentes et des jeunes femmes.
- Utiliser un langage qui rend compte de l'intersectionnalité dans le vécu des filles, des adolescentes et des jeunes femmes, dans toute leur diversité. Cela signifie comprendre les formes multiples d'oppression et de discrimination qui les touchent, notamment les facteurs comme le genre, l'ethnie, la caste, un handicap, l'âge, la sexualité et la classe sociale.
- Constamment considérer et remettre en question les problèmes de langage en examinant si la façon dont le langage est utilisé en pratique respecte les principes de communication éthique.

Termes employés dans le présent document

Mariage des enfants. Le terme « mariage des enfants » englobe ici toutes les formes de mariages et d'unions d'enfants, précoces et forcés dont au moins une des parties n'a pas 18 ans. Le présent document se concentre sur le mariage des enfants du point de vue des filles et des adolescentes. Il reconnaît que les garçons sont aussi touchés par la pratique, mais dans une proportion beaucoup moins importante.

Filles, adolescentes et jeunes femmes. Selon la définition des [Nations Unies](#), un-e enfant est une personne de moins de 18 ans. Dans le présent document, nous faisons référence aux « filles, adolescentes et jeunes femmes » pour rendre compte du développement de leurs

³ A. Hendrix-Jenkins, « [It's time to put an end to supremacy language in international development](#) », *Open Democracy*, 2020.

capacités jusqu'à l'âge de 18 ans et au-delà. Cette considération s'ajoute à une approche fondée sur les droits qui tient compte des filles qui sont mariées ou en union, ou l'ont été.

Contributeur-riche-s. Un contributeur ou une contributrice est une personne prête à partager son histoire qui a joué un rôle dans le mouvement pour la fin du mariage des enfants ou a été touchée par le mouvement. Il pourrait s'agir d'une grande diversité de personnes : filles, adolescentes, jeunes femmes, garçons, hommes, parents, familles entières, personnel d'une organisation de la société civile, sympathisant-e-s, bailleurs de fonds, etc.

Histoires. Les histoires mettent en lumière des questions et des situations importantes liées au mariage des enfants. Elles montrent les intervenant-e-s et les personnes touchées et font entendre leurs voix. Les histoires donnent vie au travail du mouvement pour la fin du mariage des enfants et expliquent les raisons d'une intervention, son impact et ses répercussions. Elles peuvent être constituées d'une combinaison de supports (photographies, vidéos, illustrations, textes, enregistrements audio, etc.) et leur contenu peut être recueilli dans son intégralité en une journée ou sur plusieurs années.

Authenticité. Les histoires authentiques sont celles racontées dans les propres mots des contributeur-riche-s : de vraies histoires de vraies personnes, sans filtre et honnêtes. Elles n'exagèrent ni ne minimisent l'expérience de la personne qui raconte, même si cette expérience est difficile à voir ou écouter, et sont recueillies d'une manière qui aide cette personne à partager son histoire comme elle le souhaite.

Termes qui ne sont pas employés dans le présent document

Dignité. Dans le contexte de la communication éthique, la question de la dignité renvoie normalement à la façon dont les personnes sont représentées dans les histoires publiées. La dignité doit être prise en considération au moment de choisir une histoire et constitue un objectif louable de la communication éthique. Cependant, le terme n'est pas utilisé dans le présent ouvrage parce qu'il laisse trop de place à l'interprétation. Le concept est subjectif : ce qui est digne pour une personne ne l'est pas nécessairement pour une autre. De plus, notre perception de la dignité change au fil du temps selon notre situation. Aussi, vous ne trouverez pas d'expression comme « présenter une personne avec dignité » ou « donner de la dignité » dans le présent ouvrage. Pour dissiper les craintes concernant un choix d'histoire qui pourrait sembler compromettre la dignité, la solution est plutôt de chercher à ne pas stéréotyper les gens et à ne pas les dépeindre comme « les autres » par rapport à « nous ».

Vérité. On dit parfois d'une histoire que c'est « la vérité » pour justifier le recours à certains mots ou images. Les images qui ne sont pas truquées et sont accompagnées d'informations factuelles représentent une vérité, mais elles ne constituent pas la « Vérité ». *Quand* les images ou le contenu ont-ils été recueillis ? *Qui* a eu l'occasion de s'exprimer ? *Où* avons-nous choisi de pointer l'objectif ? *Qu'est-ce que* nous avons choisi d'inclure ou de rejeter ? *Comment* ou *où* présentons-nous l'histoire ? Tous ces choix auront une incidence sur la façon dont l'histoire sera vue et comprise par le public. Communiquer dans le respect de l'éthique signifie garder cela à l'esprit, ne pas prétendre à « la Vérité » et créer et choisir des histoires qui brossent le tableau le plus complet de la situation.

Bénéficiaires. Ce terme (qui est toujours largement utilisé pour décrire les personnes recevant une aide d'associations caritatives) dénote la passivité et renforce l'image stéréotypée de filles, d'adolescentes et de jeunes femmes dépourvues de compétences et de capacité d'agir qui attendent d'être secourues. Cette représentation ne reflète pas les

démarches que prennent de manière active et proactive les filles, les adolescentes et les jeunes femmes pour s'aider elles-mêmes et leurs proches.

Section 1 : principes de la communication éthique

Vous trouverez ci-dessous les quatre principes fondamentaux de la communication éthique. Ces principes guident les mesures concrètes et les outils présentés tout au long du document.

La façon d'adopter et de mettre en œuvre ces principes variera selon les objectifs et les ressources de différentes personnes et organisations. De manière générale, ces principes peuvent guider le travail quotidien de toute personne qui crée du matériel de communication dans le but de mettre fin au mariage des enfants et de promouvoir les droits et la capacité d'agir des filles.

Dans une communication éthique :

1. Les droits, la sécurité, l'autonomie et la capacité d'agir des filles, des adolescentes et des jeunes femmes avec qui nous travaillons (directement ou indirectement) sont notre priorité absolue. Ils priment sur toute considération liée au besoin de raconter une histoire.
2. Les filles, les adolescentes et les jeunes femmes avec qui nous interagissons dans le cadre de notre travail de communication sont nos partenaires. Nous reconnaissons qu'elles sont les mieux placées pour raconter et interpréter leurs propres expériences et nous prenons des décisions éditoriales d'un commun accord tout au long du processus jusqu'au produit final.
3. Le processus de communication donne la priorité au consentement, qu'il facilite au moyen d'un dialogue continu sur plusieurs étapes.
4. Les histoires, quel que soit leur format, remettent en question les stéréotypes et ne suivent pas un schéma narratif simpliste susceptible de déshumaniser des personnes ou des groupes de personnes.

Section 2 : prise de décisions éditoriales

Explication

Une histoire bien narrée sera plus percutante que n'importe quelle statistique. Cependant, la création d'une histoire ou de matériel de communication nécessite toute une série de décisions éditoriales ayant une incidence sur le sujet de l'histoire, la manière de la raconter, les messages qu'elle contient et l'image à long terme que le grand public se fera des personnes figurant dans l'histoire.

Communiquer éthiquement signifie considérer qui prend les décisions, comment prendre ces décisions de manière responsable et informée, et comment inclure la voix et les choix des filles, des adolescentes et des jeunes femmes.

Il n'est pas toujours envisageable de mettre en œuvre un processus entièrement dirigé par les contributeur·rice·s pour la création et l'utilisation de matériel de communication, mais il est toujours possible de faciliter leur participation. L'échelle de la participation des enfants et des jeunes de Roger Hart⁴ est utile pour examiner les moyens d'inclure les contributeur·rice·s dans les prises de décisions éditoriales.

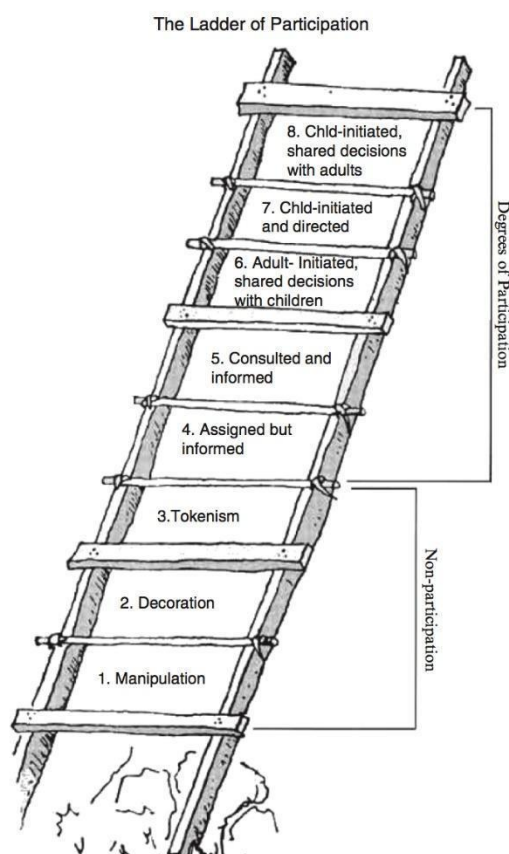
Pour être éthique, une communication sur le mariage des enfants doit se trouver entre les échelons cinq et huit : au minimum, les filles et les jeunes femmes doivent être informées et activement consultées au cours du processus de consentement.

L'objectif est une communication plus pleinement initiée et dirigée par les filles. Les modalités pratiques ci-dessous ont été élaborées pour faciliter cette façon de travailler.

« Ces images peuvent montrer une personne autonome. Voilà notre objectif ultime : une fille autonome ayant prise sur sa propre vie, qui peut être un AGENT de changement pour elle-même et les autres. »

Organisation membre de Filles, Pas Epouses de l'Inde

Figure 2 : l'échelle de la participation



Source: Roger Hart/UNICEF

⁴ Cette échelle, créée en collaboration avec l'UNICEF en 1992, est l'adaptation de « l'échelle de la participation citoyenne » de Sherry Arnstein.

Modalités pratiques

- 2.1 Matrice de la prise de décisions éditoriales
- 2.2 Exemples d'histoires et d'images à privilégier/éviter
- 2.3 Le triangle du risque
- 2.4 Prévoir un contenu diversifié
- 2.5 Expérimenter et tirer des enseignements
- 2.6 L'éthique versus la mobilisation ?
- 2.7 Créer un « Groupe consultatif des filles et des jeunes femmes » pour le matériel de communication

2.1 Matrice de la prise de décisions éditoriales

L'outil qui suit consiste en une série de questions conçues pour examiner les décisions (conscientes et inconscientes) prises avant, pendant et après une interview.

Ces questions permettent de veiller à partager l'histoire d'une fille, d'une adolescente ou d'une jeune fille de façon respectueuse qui ne met pas en danger ses droits, ne diminue pas sa capacité d'agir et ne véhicule pas de représentations préjudiciables ni de stéréotypes.

Cette matrice se divise en quatre aspects :

1. Promotion de l'autonomie et de la capacité d'agir
2. Remise en question des stéréotypes
3. Atténuation des risques
4. Schéma narratif authentique

Pour bien utiliser la matrice, il convient de passer en revue ces quatre aspects au début de tout processus de création d'une histoire ou d'images et au moment de choisir quelles histoires partager, qu'elles soient produites en interne ou en sous-traitance.

Si vous ne répondez pas « oui » à *chacune* des questions des quatre sections ci-dessous, votre histoire doit probablement être : a) retravaillée ; ou b) évitée. Consultez votre responsable hiérarchique et/ou les membres approprié-e-s de votre équipe pour vous aider à prendre une décision.

« Les filles traversent des épreuves déjà assez dures. Elles n'ont pas besoin d'être représentées dans un état encore plus pitoyable pour faire passer le message. [Les images de souffrance] donnent l'impression de renforcer des stéréotypes déjà contrariants que nous devrions changer. Nous pouvons faire mieux pour représenter les filles sous un jour positif et mener notre plaidoyer d'une manière qui autonomise réellement les filles et encourage les communautés à faire de même pour les filles. »

Organisation membre de *Filles, Pas Epouses* du Nigeria

Aspect 1 : promotion de l'autonomie et de la capacité d'agir

Prendre en considération et inclure les souhaits des contributeur·rice·s (les filles, adolescentes, jeunes femmes et autres personnes qui partagent leur histoire) est l'ingrédient le plus important de toute communication éthique. Cela nécessite du temps et de la souplesse pour veiller à des décisions consensuelles au moment de recueillir et de raconter l'histoire.

La réponse à toutes les questions suivantes devrait être « oui ».

Prise de décisions éditoriales avant de recueillir une histoire :

- Le processus que nous envisageons encourage-t-il activement nos collaborateur·rice·s et leurs communautés à développer des histoires ?
- Avons-nous examiné les sources de motivation de chaque membre de l'équipe et créé un environnement de travail qui donne la priorité à la capacité d'agir et à l'autonomie des filles et des jeunes femmes ?
- Suis-je la personne la mieux placée (ou sommes-nous les personnes les mieux placées) pour recueillir cette histoire ? Autrement dit, il ne se trouve personne d'autre qui, par sa personnalité et ses relations de travail, constitue un meilleur choix.
- Dans les cas où nous souhaitons aborder une question précise, avons-nous demandé à notre Groupe consultatif des filles et des jeunes femmes et au personnel œuvrant dans le contexte en question (ou à son équivalent) : « D'après vous, qu'est-il important de comprendre à propos de cette situation ? » ?
- Avons-nous étudié comment adopter le processus de collecte de contenu aux réalités culturelles sur le terrain, conformément aux directives sur la production de matériel de communication à la p. 45 ?
- Avons-nous évalué les risques qui pourraient peser sur les contributeur·rice·s après la publication de cette histoire et prévu comment les protéger (par exemple, en préservant leur anonymat) ?
- Avons-nous prévu assez de souplesse et de temps pour demander aux personnes interviewées quelles histoires elles préfèrent partager et, dans l'éventualité où elles préfèrent une autre histoire qui est également appropriée à nos fins, pour changer nos plans ?
- Lorsque cela est possible, les questions ont-elles été communiquées à l'avance aux personnes interviewées pour leur permettre de les étudier ?
- Lorsque nous choisissons des histoires, avons-nous demandé des volontaires plutôt que de choisir des contributeur·rice·s nous-mêmes ?
- Lors de la collecte d'histoires, avons-nous demandé aux contributeur·rice·s si elles et ils préfèrent partager leur histoire en groupe ou individuellement ?

Sélection ou création de contenu après avoir recueilli une histoire :

- Les souhaits des contributeur·rice·s quant au sujet ou à la forme d'une histoire (souhaits exprimés avant la collecte du contenu) ont-ils été pris en compte dans la création de contenu ?

- A-t-on montré le contenu aux contributeur·rice·s ? Des modifications ont-elles été apportées en fonction de leurs commentaires et a-t-on obtenu leur approbation pour la publication du contenu ?

Aspect 2 : remise en question des stéréotypes

La présente section a pour objectif de veiller à ce que nos décisions éditoriales ne véhiculent pas de stéréotypes, de relations de pouvoir inégales et les visions du monde qui y sont associées. Elle contribue également à éviter de présenter une image erronée de groupes, de personnes ou de situations.

Veillez consulter la liste des « exemples d'images et d'histoires à privilégier/éviter » à la p. 18 pour des exemples de stéréotypes sur le genre et le mariage des enfants et des conseils pour choisir des images appropriées.

La réponse à toutes les questions qui suivent devrait être « oui ».

Prise de décisions éditoriales avant de recueillir une histoire :

- Connaissons-nous les stéréotypes à l'égard des personnes interviewées et avons-nous songé aux moyens de les représenter de manière à contredire ou à ne pas perpétuer ces stéréotypes ? (Voir les « exemples d'histoires et d'images à privilégier/éviter » à la p. 18.)
- Avons-nous examiné les moyens de partager cette histoire de manière à illustrer la diversité des expériences, comparativement au partage d'histoires déjà bien connues ?
- Le processus que nous entendons suivre respecte-t-il les directives pour la production de matériel de communication à la p. 45 ?
- Si nous faisons appel à des personnes externes pour la collecte de contenu, par exemple des partenaires des médias ou des photographes pigistes : leur avons-nous fait part de ces directives et de notre engagement à briser les stéréotypes et à créer un processus enrichissant ?
- Avons-nous examiné les aspects pratiques et logistiques permettant de raconter une histoire de manière éthique ? Notamment, est-ce que tout le monde a été renseigné et formé sur notre processus de consentement et sur les principes d'une communication éthique ? Est-ce que tout le monde a eu la possibilité de demander des clarifications ?

Sélection ou création de contenu après avoir recueilli une histoire :

- La personne au centre de l'histoire est-elle représentative de nombreuses autres personnes dans la même situation à cet endroit (plutôt que de constituer une exception pouvant créer un stéréotype) ?
- Avons-nous veillé à ce que la représentation de la fille, de l'adolescente ou de la jeune femme dans l'histoire ou l'image ne renforce pas les stéréotypes à l'égard des personnes ayant vécu le mariage des enfants ? (Voir les « exemples d'histoires et d'images à privilégier/éviter » à la p. 18).
- Avons-nous raconté l'histoire de la contributrice d'une manière qui ne limite pas son identité à son expérience du mariage des enfants ? Par exemple, on fait mention de ses préférences, de ses intérêts, des choses qui lui plaisent ou non.
- Dans le cas d'images représentant une personne souffrante ou mécontente, a-t-il lieu de publier ces images et avons-nous songé à d'autres possibilités ? Si, après mûre réflexion, il est jugé nécessaire de publier cette image et que la personne représentée y consent : la personne est-elle représentée en compagnie d'un soutien ou dans un contexte de soins

(par exemple, avec un·e membre de la famille, un·e membre de la communauté ou un·e ami·e du même pays ou de la même région) ?

- Lorsque nous travaillons avec des documents visuels, avons-nous veillé à ne pas utiliser d'images pouvant véhiculer le mythe du « sauveur blanc⁵ » ?
- Veillons-nous à ne pas inclure dans l'histoire l'idée selon laquelle le personnel de l'étranger contribue davantage ou est plus influent que le personnel du pays où nous œuvrons ?
- La personne est-elle habillée (elle n'est pas dans un état de nudité et ses parties génitales et ses seins ne sont pas découverts) ? Il y aurait exception dans le cadre d'une mère qui allaite et souhaite discuter du droit à l'allaitement.
- Lorsque les histoires mettent en scène le personnel de notre organisation : donnons-nous la priorité aux histoires où les exemples de personnes œuvrant auprès des communautés et des gens sont des personnes du pays concerné (plutôt qu'un personnel blanc de l'étranger) de manière à éviter de véhiculer l'image du sauveur blanc ?
- Lorsque les histoires mettent en scène le personnel de notre organisation : donnons-nous la priorité aux histoires présentant des personnes handicapées dans un rôle de soutien de manière à éviter de véhiculer un discours validiste⁶ ?
- Lorsque les histoires mettent en scène le personnel de notre organisation : veillons-nous autant que possible à inclure des personnes de genres divers dans nos communications ?
- Lorsque des images mettent en scène le personnel de notre organisation : les personnes avec qui nous travaillons jouent-elles un rôle actif dans l'image ? Participent-elles activement à l'action représentée ?
- Lorsque les histoires mettent en scène le personnel de notre organisation : prenons-nous soin de partager des histoires qui laissent place au personnel de tous les niveaux hiérarchiques, plutôt que de partager uniquement des histoires sur la haute direction ?

Aspect 3 : atténuation des risques

Cette section a pour objectif de protéger les contributeur·rice·s. Elle consiste à examiner les risques auxquels elles et ils s'exposent en partageant leur histoire et à considérer et prévenir adéquatement ces risques.

La réponse à toutes les questions qui suivent devrait être « oui ».

Prise de décisions éditoriales avant de recueillir une histoire :

- Notre organisation a-t-elle rédigé et mis en œuvre une politique de la sauvegarde ? Est-ce que toutes les personnes jouant un rôle dans cet exercice de communication ont lu la politique et pris les mesures qui s'imposent ? Dans la négative, les [normes de sauvegarde pour les membres](#) de *Filles, Pas Epouses* sont un modèle utile.

⁵Le « mythe du sauveur blanc » fait référence à une personne blanche apportant une aide à une personne de couleur d'une manière qui perpétue le stéréotype raciste selon lequel les personnes de couleur dépendent de l'aide des Occidentaux blancs.

⁶ « Le validisme se caractérise par la conviction de la part des personnes valides que leur absence de handicap et/ou leur bonne santé leur confère une position plus enviable et même supérieure à celle des personnes handicapées. » Source : manifeste du Collectif Lutte et Handicaps pour l'Égalité et l'Émancipation (CLHEE). <http://clhee.org/2016/04/12/manifeste/>

- Avons-nous dressé une liste des services disponibles auxquels les contributeur·rice·s sont susceptibles de recourir⁷ ?
- A-t-on éteint l'enregistrement des données de positionnement GPS des téléphones et des caméras afin que les métadonnées de nos images ne contiennent pas ces informations ?
- Avons-nous recherché et contacté des équipes locales (dans le pays ou la communauté) afin d'examiner les risques liés à la collecte et au partage de cette histoire (y compris les risques en matière de sauvegarde) et éclairer notre processus décisionnel ? Dans la négative, avons-nous songé à ne pas mener ces actions, y compris ne pas collecter cette histoire ?
- Avons-nous mené une évaluation préliminaire des risques (voir la p. 31) afin de : faire participer les contributeur·rice·s aux conversations sur les risques ; informer les contributeur·rice·s des dangers ; et inclure leurs choix dans les décisions finales ?
- Avons-nous pris en considération les activités culturellement inacceptables qui pourraient porter préjudice aux contributeur·rice·s si on les voyait pratiquer cette activité ? Avons-nous retiré ces activités de la planification de contenu ?
- Avons-nous prévu un délai suffisant pour la procédure de consentement éclairé ?
- Disposons-nous de tous les outils de consentement nécessaires pour appuyer cette procédure ?
- La personne chargée d'obtenir ce consentement a-t-elle été formée à cette fin ?
- Avons-nous développé des solutions créatives pour raconter l'histoire de manière poignante même si nous ne pouvons pas révéler l'identité des contributeur·rice·s ?
- Est-ce que les pigistes et partenaires externes participant à la collecte de contenu ont fait l'objet d'une vérification de police (ou son équivalent) pour confirmer qu'elles et ils n'ont pas de casier judiciaire et ne représentent pas un danger pour les contributeur·rice·s⁸ ?
- Lorsqu'un risque lié à la sauvegarde se matérialise ou qu'une contributrice signale un risque, savons-nous à qui en référer pour y donner suite ? Remarque : il doit s'agir d'une organisation spécialisée et non de la famille ou du mari/partenaire de la contributrice, ce qui pourrait représenter un risque supplémentaire.

Sélection ou création de contenu après avoir recueilli une histoire :

- A-t-on obtenu le consentement pour recueillir cette histoire ? À cet égard, consulter la section sur le consentement à la p. 27.
- Avons-nous pris en considération toutes les mesures d'atténuation des risques énoncées dans la procédure et le formulaire de consentement (par exemple, en ce qui concerne la dissimulation de l'identité) ?

⁷ Il sera plus rapide et aisé d'orienter des contributeur·rice·s vers les services compétents (comme les services de protection de l'enfance ou de prévention de la violence basée sur le genre) si vous avez déjà rédigé une liste des services disponibles et accessibles et de leurs coordonnées avant d'entamer le projet.

⁸ S'il n'est pas possible d'effectuer une vérification de police, une solution de rechange consiste à obtenir trois références d'autres organisations de défense des droits.

- S'il n'y a pas de consentement rattaché à cette histoire, avons-nous (ou la personne qui nous transmet l'histoire a-t-elle) rempli l'évaluation des risques de non-consentement à [l'annex 2](#) (en anglais) pour cette histoire ?
- Protégeons-nous les gens en veillant à ne **pas** partager plus d'**un** de ces renseignements confidentiels ? 1. nom de famille ; 2. endroit précis ou endroit d'origine ; et 3. image permettant d'identifier la personne ou l'endroit ?
- Si le principal sujet d'une image est un-e enfant ou un-e adolescent-e à l'école, protégeons-nous son identité en nous assurant de ne **pas** montrer son nom complet ni son emplacement, le nom de l'école et tout autre détail qui pourrait permettre à quelqu'un de localiser l'enfant ou l'adolescent-e ?
- Si le principal sujet d'une image est présenté devant un lieu connu ou facilement identifiable, avons-nous recadré la photo pour retirer ce lieu, ou avons-nous cherché une image de rechange dépourvue de cet élément identifiable ?
- Si l'image contient des renseignements personnels visibles sur la personne (par exemple, une carte d'identité), ces renseignements sont-ils cachés ou floutés ?
- Dans le cadre du processus d'approbation, des personnes du pays où vivent actuellement les contributeur·rice·s du projet ont-elles évalué l'histoire sous l'angle de la protection ?
- Est-ce que les contributeur·rice·s ont pu voir, évaluer et approuver l'histoire et la façon dont elle sera utilisée ? Voir la section sur l'approbation finale à la p. 57.

Aspect 4 : schéma narratif authentique

Raconter des histoires de manière intègre signifie raconter des histoires authentiques. Ces histoires ne sont peut-être pas toujours positives ou remplies d'espoir, mais si elles sont détaillées et situent le contexte, elles peuvent mettre en évidence la capacité d'agir de la personne et ses efforts pour s'aider elle-même, aider les autres et vivre pleinement.

Bien qu'il ne soit pas toujours facile de raconter une histoire dans une courte vidéo ou une image, l'information présentée devrait être aussi complète que possible, l'histoire sélectionnée devrait préciser le contexte et l'histoire complète devrait être partagée sur un grand nombre de plateformes et de supports différents.

La réponse à toutes les questions suivantes devrait être « oui ».

Prise de décisions éditoriales avant de recueillir une histoire :

- Avons-nous consulté les personnes au centre des histoires, le Groupe consultatif des filles et des jeunes femmes et le personnel œuvrant là d'où proviennent les histoires pour connaître les problèmes qui touchent leur communauté et leurs idées et solutions ? Leurs contributions représentent-elles l'expérience générale de cette communauté ?
- Dans l'affirmative, tient-on compte des moyens de présenter les solutions des contributeur·rice·s dans le cadre du processus de collecte de contenu ?
- Avons-nous pris en considération les risques liés aux solutions proposées et, dans l'affirmative, comment nous efforçons-nous de pallier ces risques ? Il pourrait s'agir d'une personne qui raconte avoir pratiqué une activité illégale dans son pays (p. ex., des relations sexuelles avant la majorité), une histoire d'oppression alors que l'opresseur est

toujours en position de pouvoir (p. ex., une jeune femme mariée qui déclare ne pas être en sécurité avec son mari), etc.

- Avons-nous examiné les risques encourus par notre organisation si nous ne signalons pas toute activité illégale mentionnée dans l'histoire, ainsi que les moyens d'atténuer ces risques ? Par exemple, ne pas signaler un crime à la police parce que cela pourrait incriminer une fille ou d'une jeune femme. Voir la section sur la découverte d'activités illégales à la p. 55.
- Avons-nous songé aux moyens de partager les mots prononcés ou les images produites par les contributeur·rice·s sans les modifier d'une façon qui risquerait de changer leur sens original ?

Sélection ou création de contenu après avoir recueilli une histoire :

- L'histoire fait-elle mention du contexte dans lequel elle a été racontée ?
- L'image de la personne est-elle accompagnée d'une citation de cette personne, si une telle citation existe ?
- Dans le cas d'images : la principale personne sur l'image est-elle également le principal sujet de l'histoire ? (Autrement dit, l'histoire ne porte pas sur quelqu'un d'autre et n'est pas une histoire « composite » formée de l'expérience de nombreuses personnes présentée comme un récit unique.) Voir la section sur les histoires composites à la p. 57.
- Si une image est partagée, est-elle accompagnée d'une légende apportant des précisions sur le contexte ?
- Si cela est approprié et sans danger : nommons-nous la personne ou le groupe de personnes et racontons-nous leur histoire dans notre matériel de communication (même de manière indirecte, par exemple dans le lien à cliquer pour accéder à l'histoire) pour aider à les représenter comme des humains possédant un nom plutôt que des accessoires pour illustrer un problème ?
- La personne dans l'histoire est-elle touchée par la situation qui est le sujet du matériel de communication ?
- La personne au centre de l'histoire participe-t-elle à la création et au partage de l'histoire ?
- Dans le cas d'images, les images sont-elles utilisées sans avoir été manipulées d'une manière qui pourrait changer leur signification ? En cas d'incertitude, consulter la section sur la manipulation d'images à la p. 63.
- Êtes-vous en mesure d'expliquer pourquoi la personne dans l'histoire collaborait avec notre organisation ou notre partenaire ?

2.2 Exemples d'images et d'histoires à privilégier/éviter

Voici des exemples d'images à éviter :

- Une fille ou une adolescente dans une situation à haut risque.
- Une personne dans un état de nudité.
- Une personne en détresse, seule.
- Une personne dans une condition de malnutrition aiguë, seule.

- Une adolescente enceinte qui semble désespérée, seule ou réduite à cette seule expérience.
- Des images sexualisées ou suggestives d'enfants ou d'adolescent-e-s.
- Une fille ou une adolescente portant une robe de mariée, à moins que le port de la robe ait lieu dans le cadre d'une campagne et en accord avec la collaboratrice.
- De jeunes filles avec des hommes plus vieux dans un contexte de mariage.
- Des filles ou des adolescentes en détresse dans un contexte de mariage.
- Des enfants, des adolescentes ou des femmes dans un contexte violent ou de conflit.
- Des filles et des adolescentes (et leurs familles ou leurs communautés) en tant que bénéficiaires passives d'une aide extérieure devant être « sauvées » par les autres (voir par exemple le « mythe du sauveur blanc »).

Voici des exemples d'images à privilégier :

- Des filles, des adolescentes et de jeunes femmes dans leur vie de tous les jours, pratiquant une activité ou un passe-temps pouvant briser les stéréotypes, par exemple : jouer au football, patiner, rapper ou boxer.
- Une personne avec sa famille, ses ami-e-s, les membres de sa communauté – en bref, un réseau de soutien.
- Une personne qui maîtrise la situation ou interagit avec son environnement.
- Une personne qui fréquente l'école.
- Des filles, des adolescentes et des jeunes femmes qui militent (lorsque cela ne pose pas de risque). Par exemple, elles participent à une marche ou parlent du mariage des enfants à d'autres filles ou jeunes femmes.
- Une adolescente ou une jeune femme enceinte qui montre qu'elle maîtrise la situation ou lors d'un moment joyeux avec ses ami-e-s, sa famille ou sa communauté.
- Une fille, une adolescente ou une jeune femme contrariée, mais soutenue par sa famille, ses ami-e-s ou des membres de sa communauté. L'image est accompagnée d'informations contextuelles ou d'images complémentaires qui montrent qu'elle n'est pas *uniquement* contrariée.
- Une femme dans une relation aimante avec son mari ou son partenaire, lequel soutient également la fin du mariage des enfants.



SUR LA PHOTO : Ghazal, une Syrienne qui vit au Liban avec son mari et ses deux enfants. Ghazal, qui a été mariée à l'âge de 13 ans, s'efforce de bâtir un avenir différent pour sa jeune sœur et sa fille. Photo : *Filles, Pas Epouses/Thom Pierce*

2.3 Le triangle du risque

Afin de protéger nos contributeur·rice·s, le contenu final ne doit pas révéler plus d'**un** de ces renseignements qui composent le « triangle du risque » :

1. leur nom de famille ;
2. un emplacement spécifique ou leur lieu d'origine ;
3. une image permettant d'identifier la personne.

Il existe une exception à cette règle : lorsque la personne souhaite explicitement partager tous ces détails, par exemple parce qu'elle fait campagne autour d'un enjeu. L'équipe sur le terrain qui collabore avec cette personne doit approuver la décision et lui expliquer clairement les risques lors de la collecte du consentement. Voir la section sur le consentement à la p. 27 pour connaître l'intégralité de ces considérations.

2.4 Prévoir un contenu diversifié

Pour faire connaître le mariage des enfants dans toute sa diversité, il faut délibérément préparer des histoires montrant une variété d'expériences. Le tableau ci-dessous contient des suggestions de cibles annuelles pour le matériel de communication sur le mariage des enfants. Ces cibles correspondent à de bonnes pratiques de communication éthique. Il peut être adapté aux objectifs, à la portée et aux ressources de toute personne ou organisation.

	Niveau international	Niveau national
Lieu d'où proviennent les histoires	Histoires d'un minimum de trois continents.	Histoires d'un minimum de trois régions de votre pays.
Diversité de couleur de peau	Les histoires mettent en scène une grande diversité de filles, d'adolescentes et de jeunes femmes, y compris des filles et de jeunes femmes blanches. On démontre ainsi que le mariage des enfants est un problème qui touche des gens d'origines ethniques diverses et on évite de perpétuer le stéréotype voulant que la pratique existe uniquement chez les personnes de couleur.	À inclure si cela est pertinent dans votre contexte.
Diversité religieuse	Les histoires mettent en scène une diversité de croyances religieuses pour montrer que le mariage des enfants existe au sein de différents groupes confessionnels.	À inclure si vous œuvrez dans un environnement multiconfessionnel.
Diversité ethnique	Les histoires montrent que le mariage touche des filles d'ethnies diverses.	Les histoires montrent que le mariage touche des filles d'ethnies diverses.
Statut socioéconomique	Les histoires montrent que le mariage des enfants a lieu partout dans le monde, dans les pays à faible revenu comme dans les pays à revenu élevé. Les histoires montrent que le mariage des enfants touche les filles et les jeunes femmes de milieux aisés et défavorisés.	Les histoires montrent que le mariage des enfants touche les filles et les jeunes femmes de milieux aisés et défavorisés.
Âge	Une variété d'histoires portent sur les filles, les adolescentes et les jeunes femmes.	Une variété d'histoires portent sur les filles, les adolescentes et les jeunes femmes.
Expérience du mariage des enfants	Inclure des histoires qui possèdent des éléments positifs et/ou négatifs, ainsi que des histoires plus complexes et plus longues à expliquer. Inclure des histoires de différents contextes, notamment : contextes ruraux et urbains ; contextes humanitaires ; situations de déplacement ou de migration forcée ; contextes où les filles mariées continuent de vivre au sein de, ou près de leur famille ou communauté.	Inclure des histoires qui possèdent des éléments positifs et/ou négatifs, ainsi que des histoires plus complexes et plus longues à expliquer. Lorsque cela est possible et approprié, inclure des histoires de différents contextes, notamment de contextes ruraux et

		urbains, de contextes humanitaires, de ou situations où les filles, les adolescentes ou les jeunes femmes pourraient être déplacées ou forcées de migrer et des contextes où elles restent dans leur famille ou communauté ou ne s'en éloignent pas trop.
Handicap et mariage des enfants	Deux histoires de filles et de jeunes femmes qui ont un handicap.	Deux histoires de filles et de jeunes femmes qui ont un handicap.

2.5 Expérimenter et tirer des enseignements

Le matériel de communication est souvent conçu dans la même veine de ce qui a été fait auparavant. En effet, les données déjà disponibles facilitent le processus, en particulier lorsqu'il est question de collecter des fonds.

Pour travailler de manière éthique, il est parfois nécessaire d'explorer de nouvelles approches en termes de moyens de communication et de créativité. La créativité n'a d'autre limite que votre imagination. Malgré tout, voici quelques suggestions :

- Projets participatifs qui accordent tout le pouvoir éditorial aux filles, aux adolescentes et aux jeunes femmes impliquées.



SUR LA PHOTO : Salah, du Sud-Soudan, pose avec ses outils de coiffeur. Il a créé sa propre entreprise de coupe de cheveux après avoir participé à un programme conçu pour soutenir la fourniture de moyens de subsistance après un conflit. Photo : Save the Children/Hanna Adcock.

- Images qui protègent l'identité tout en préservant l'impact visuel.



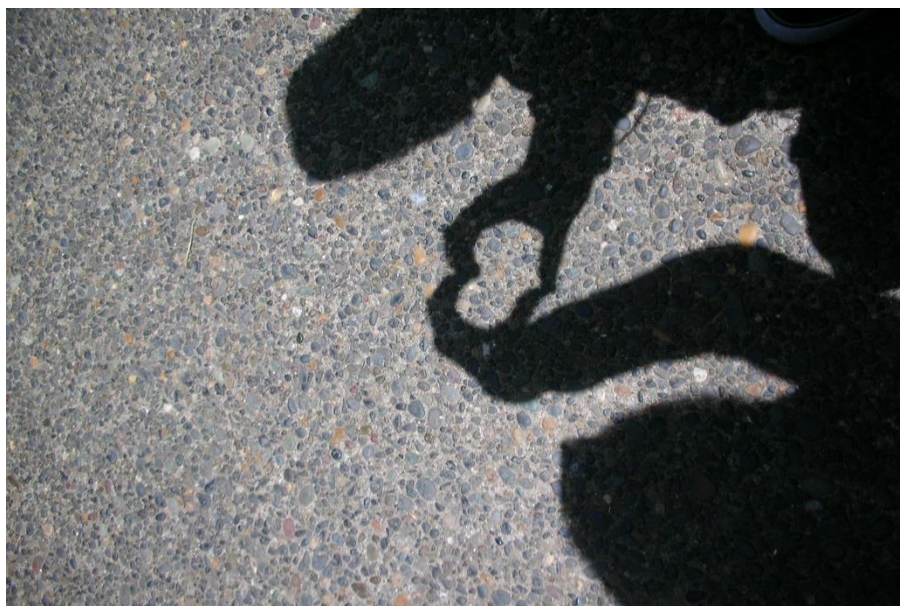
SUR LA PHOTO : Un enfant debout devant un coucher de soleil Photo : Gungun Photographers/Shutterstock.

- Images qui dissimulent complètement l'identité d'une personne tout en révélant sa personnalité.



SUR LA PHOTO (à gauche) : Jeunes femmes à la maison à Jeddah, Arabie Saoudite, 2009. Le photographe a décrit comment "une nuit, je suis resté dans un foyer pour femmes et j'ai parlé de mon travail avec les filles. Elles étaient vraiment intéressées et je leur ai montré mon site web. Nous aimerions pouvoir vous aider", m'ont-elles dit, "mais vous ne pouvez pas prendre de photos de nous si nous ne portons pas nos abayas..." Il était tard, environ une heure du matin, mais elles ont ri et ont décidé de mettre tous leurs vêtements d'extérieur et de poser. C'était une atmosphère amusante, ils plaisantaient beaucoup et je voulais vraiment essayer de capturer ce sentiment, car ce n'est pas ce à quoi les gens s'attendent." Photo : Olivia Arthur/Magnum Photos

SUR LA PHOTO (à droite) : Mains du cœur. Photo : Nicanicasather (licensed by creative commons)



- Illustrations.

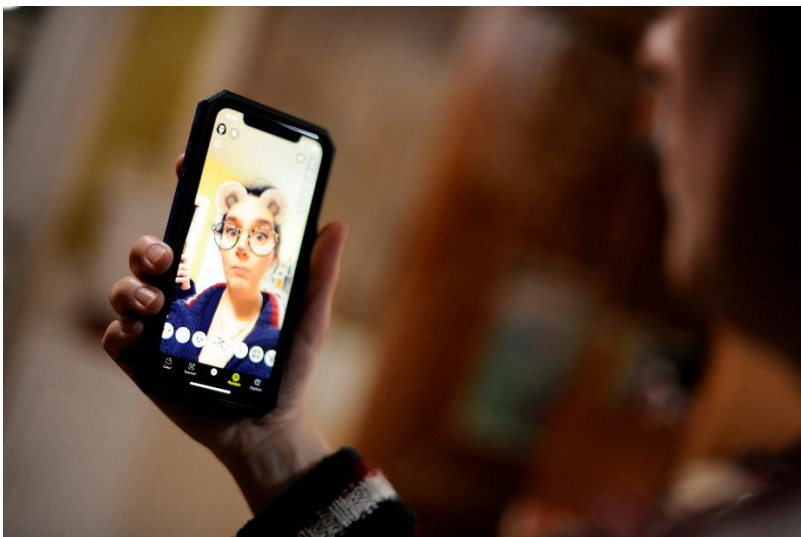


SUR LA PHOTO : une image tirée de l'histoire illustrée « [Le respect qui m'est dû](#) ». Image : *Filles, Pas Epouses*



SUR LA PHOTO : une image tirée de l'histoire illustrée « [Je suis une personne](#) ». Image : *Filles, Pas Epouses*

- Recours à des filtres lors de la prise de photos au moyen d'un téléphone (les contributeur·rice·s peuvent choisir leur propre filtre, une autre occasion d'exprimer leur personnalité) :



SUR LA PHOTO : Une femme au Québec jouant avec une application de visage de souris sur Snapchat. Photo : Pascal Huot/Shutterstock.

- Histoires sous format audio à utiliser dans des podcasts ou à envoyer par courrier électronique. Le public peut ainsi écouter, par exemple, une contributrice raconter son parcours ou un groupe de contributeur·rice·s discuter de leur expérience collective ou de leurs actions à l'égard du mariage des enfants.

- Utiliser le numéro de téléphone mobile de vos sympathisant-e-s pour lire un témoignage sur WhatsApp et faire paraître un nouvel épisode à intervalles réguliers afin de retenir l'attention du public.

Il existe de nombreuses façons de raconter une histoire avec créativité ; il convient de consacrer du temps à cette question en commençant par discuter avec les contributeur-ric-e-s de leurs préférences et idées créatives.

C'est une bonne habitude de faire preuve de créativité et de s'accorder le temps et les moyens d'essayer de nouvelles méthodes, plateformes et solutions pour au moins 10 % de son matériel de communication. Cela permet de collecter de nouvelles données sur la réaction du public et les moyens de raconter des histoires captivantes de manière éthique.

Les données collectées dépendront de l'objectif du projet, des contributeur-ric-e-s et du public cible. Il pourrait s'agir de données quantitatives (p. ex., le montant récolté ou le nombre d'actions entreprises) et de données qualitatives (p. ex., les types de réponses ou de commentaires reçus).

2.6 L'éthique versus la mobilisation : dissiper les inquiétudes des bailleurs de fonds

Des organisations et des bailleurs de fonds pourraient craindre que le respect de directives éthiques limite leur capacité de collecter des fonds ou de mobiliser le public. Voici cinq recommandations pour dissiper les craintes de bailleurs de fonds ou de collègues :

1. Parler aux bailleurs de fonds (ou aux collègues) de l'importance des pratiques de communication éthique dès le début du projet et les encourager à lire le présent document pour en savoir plus.
2. Partager des exemples de projets éthiques qui ont donné de bons résultats sur le plan de la mobilisation et expliquez leur processus de création et les résultats.

Par exemple : Les [histoires de long format](#) et [les histoires illustrées](#) de *Filles, Pas Epouses*.

3. Expliquer les risques associés au non-respect de principes éthiques, notamment : a) le risque pour les contributeur-ric-e-s ; et b) le risque pour la réputation et l'image de l'organisation et des bailleurs de fonds si leur méthode de travail est perçue comme contraire à l'éthique.
4. Leur faire savoir que, en vertu de la procédure de consentement, si un-e contributeur-ric-e retire son consentement lié à une histoire, tout matériel comprenant cette histoire devra être retiré de la circulation. Les bailleurs de fonds en seront informés et disposeront de sept jours pour aussi retirer de la circulation tout matériel comprenant l'histoire en question.
5. Faire part de la déclaration suivante aux bailleurs de fonds :

La sécurité, le bien-être, la capacité d'agir et l'autonomie des filles, des adolescentes et des jeunes femmes avec qui nous travaillons sont notre priorité absolue, au-delà de toute autre considération. Nous collaborerons étroitement avec vous pour créer des activités et du matériel de communication qui renforcent notre partenariat avec les filles et les jeunes femmes et pour montrer à quel point la communication et les histoires éthiques peuvent être puissantes et efficaces et contribuer au changement.

2.7 Créer un « Groupe consultatif des filles et des jeunes femmes » pour le matériel de communication

Pour les organisations et les individus disposant de ressources financières et humaines suffisantes, la création d'un Groupe consultatif facilitera la mise à contribution des filles, des adolescentes et des jeunes femmes à un niveau plus stratégique.

Le Conseil consultatif peut être un petit groupe de filles, d'adolescentes et de jeunes femmes aux expériences de vie pertinentes (notamment celles mariées pendant l'enfance) collaborant avec une organisation pour périodiquement évaluer et guider ses pratiques et ses réalisations en matière de communication.

Voici des suggestions de mandat pour ce Conseil consultatif (ces suggestions peuvent être adaptées aux ressources et aux capacités de chaque organisation) :

- Procéder à un examen annuel des méthodes et pratiques de communication et d'histoires éthiques. Idéalement, ces méthodes et pratiques s'appuieront sur les présentes lignes directrices.
- Proposer des modifications à ces méthodes et pratiques.
- Participer à une rencontre semestrielle pour examiner et évaluer une sélection de documents de communication à la lumière des principes énoncés dans le présent document (ou un document semblable) et émettre des commentaires dans le but d'améliorer le matériel de communication futur.

Idéalement, il s'agirait d'un travail bénévole d'une durée déterminée (suggestion : deux ans), tous frais payés. Le poste devrait être ouvert aux candidatures et le processus de sélection adapté à l'âge et à la situation des membres potentiels du Conseil consultatif.

Plutôt que de créer un Groupe consultatif, les petites organisations aux ressources ou capacités plus limitées peuvent entreprendre les démarches suivantes :

- Créer un forum où tout le monde peut partager des idées d'histoires ou de matériel de communication éthique et émettre des commentaires sur le matériel de communication déjà publié sur le mariage des enfants.
- Organiser une rencontre périodique (annuelle ou semestrielle) où le personnel, les partenaires et les contributeur·rice·s peuvent partager des idées d'histoires ou de matériel de communication éthique.
- Effectuer une enquête d'opinion (en ligne, sur support papier ou verbalement) auprès des contributeur·rice·s pour qu'elles et ils partagent leur expérience du processus de communication et leurs idées pour l'améliorer.

Section 3 : consentement

Explication

Le consentement fait partie l'objectif fondamental d'une communication éthique : favoriser la capacité d'agir et l'autonomie des filles, des adolescentes et des jeunes femmes (et des autres personnes et groupes) touchées par le mariage des enfants et le mouvement pour la fin du mariage des enfants.

Les contributeur·rice·s qui partagent si généreusement leur temps, leurs mots et leurs images ont le droit de savoir pourquoi on recueille ces informations et dans quel but. Tout consentement doit être **un consentement éclairé (en connaissance de cause), sans quoi ce n'est pas un consentement.**

Le consentement éclairé est un processus comportant plusieurs étapes qui va bien au-delà du simple remplissage d'un formulaire par les contributeur·rice·s. Veiller à ce que les contributeur·rice·s comprennent et adhèrent au processus et à son objectif, aient le temps de signaler leurs préférences et leurs idées et comprennent qu'elles et ils peuvent dire non ou se retirer du projet à tout moment : non seulement c'est la bonne chose à faire sur le plan éthique, mais cela permet de recueillir de meilleures histoires et images.

« Le consentement est un sujet très important dans le contexte des défis liés au genre, ce qui doit faire l'objet d'une discussion plus approfondie. Raconter une histoire est un moyen efficace de communiquer avec notre communauté. Cependant, le partage d'une histoire vient avec son lot de conséquences et de risques de stéréotypes que la personne qui publie l'histoire doit comprendre clairement. »

Organisation membre de *Filles, Pas Epouses* de l'Inde

Modalités pratiques

- 3.1 L'importance du temps
- 3.2 Consentement et sauvegarde
- 3.3 Consentement d'enfants et d'adolescent·e·s
- 3.4 Consentement d'enfants sans parents ni tuteur légal ou tutrice légale (ou que ces personnes ne peuvent pas participer au processus de consentement)
- 3.5 Consentement de contributeur·rice·s qui se renfrognent
- 3.6 Consentement lorsque des groupes sont photographiés ou filmés
- 3.7 Évaluation préliminaire des risques
- 3.8 Consentement verbal ou écrit ?
- 3.9 Consentement d'une personne sourde ou atteinte d'une déficience visuelle
- 3.10 Obtention d'un consentement à distance au moyen de WhatsApp
- 3.11 Traduction des documents de consentement
- 3.12 Procédure de consentement : suggestion de scénario

3.13 Documentation complémentaire

3.14 Carte de visite

3.15 Tableaux du consentement : quand doit-on obtenir un consentement ou non

3.16 Lorsqu'il n'est pas possible d'obtenir un consentement

3.17 Directives pour l'anonymisation et le changement de nom

3.18 Renouvellement d'un consentement

3.19 Quoi faire lorsqu'un·e contributeur·rice retire son consentement

3.20 Liste de vérification de la procédure de consentement

[Annexe 1 : Évaluation des risques de non-consentement](#)

3.1 L'importance du temps

L'ingrédient le plus important d'un bon consentement est le **temps**. Allouer tout le temps nécessaire aux contributeur·rice·s pour réfléchir aux conséquences du partage de leur histoire et à leurs motivations, voilà le fondement d'un consentement éclairé. Il est nécessaire de prévoir du temps pour les étapes suivantes :

- Avant de collecter des informations, on doit allouer du temps à la procédure de consentement. Idéalement, une discussion sur le consentement a lieu avec les personnes interviewées au minimum 24 heures avant l'interview.
- Pendant la phase de consentement, on doit allouer aux personnes interviewées suffisamment de temps pour discuter du consentement et de toute inquiétude, notamment avec leur famille ou des amis.
- Après l'interview, on doit demander aux personnes interviewées si elles se sentent toujours à l'aise de partager leur histoire. Il convient de leur présenter un résumé du contenu de l'interview et de leur expliquer qu'elles et ils peuvent retirer leur consentement à tout moment, ainsi que le moyen de le faire.

3.2 Consentement et sauvegarde

Avant de pouvoir interviewer une fille, une adolescente ou une jeune femme, toute organisation doit posséder des normes de sauvegarde. Ce document explique la marche à suivre pour assurer la sauvegarde des jeunes participant au processus de production d'une histoire et explique également quoi faire si leur sécurité, leurs droits ou leur capacité d'agir ont été compromis.

Le document de sauvegarde doit :

- définir clairement ce qui constitue un risque de sauvegarde ;
- préciser les coordonnées de la personne chargée de traiter du problème et la procédure qu'elle doit suivre ;
- indiquer comment les personnes interviewées seront mises au courant de leurs droits en matière de sauvegarde ;
- préciser la procédure pour porter plainte ;
- inclure une liste de services connexes ;

- indiquer les coordonnées de la personne-ressource responsable de la sauvegarde pour les activités de communication.

En l'absence de normes de sauvegarde, un tel document doit être rédigé et mis en œuvre avant d'entamer tout travail de communication. Les organisations membres de *Filles, Pas Epouses* se sont engagées à respecter ces [normes de sauvegarde](#), et le secrétariat de *Filles, Pas Epouses* peut vous aider à les mettre en œuvre.

3.3 Consentement d'enfants et d'adolescent·e·s

Un·e « enfant » ou un·e « adolescent·e » est une personne de moins de 18 ans.

Dans le cadre d'une collaboration avec des enfants, des adolescent·e·s ou des jeunes qui acceptent de contribuer à du matériel de communication, tous les efforts doivent être faits pour les informer clairement pendant la procédure de consentement, notamment leur faire comprendre qu'il est possible de se retirer du projet à tout moment et leur indiquer la procédure à cette fin.

Les enfants doivent signer leur propre formulaire de consentement ou donner un consentement verbal, auquel s'ajoute un consentement écrit/verbal d'un de leurs parents ou tuteur·rice·s (si ces personnes sont disponibles et s'il convient de les faire participer à la procédure de consentement).

3.4 Consentement d'enfants sans parents ni tuteur légal ou tutrice légale (ou que ces personnes ne peuvent pas participer au processus de consentement)

Selon la norme juridique, le consentement d'un·e enfant doit être accompagné du consentement d'un des parents ou tuteur·rice·s. Cependant, lorsqu'un·e enfant raconte avoir été la cible de maltraitance avec la participation de ses parents, **on ne doit pas** chercher à obtenir le consentement parental et le témoignage de l'enfant doit être recueilli d'une manière qui préserve son anonymat. Il faut comprendre qu'une telle situation comporte des risques pour votre organisation sur le plan juridique, dans le cas où l'enfant affirmerait avoir donné son consentement sous la contrainte.

Dans une telle situation, on doit solliciter la participation d'une personne qui ne fait pas partie de l'organisation recueillant le témoignage. Cette personne, qui appuiera l'enfant pendant le processus de consentement, doit avoir une expérience professionnelle dans ce domaine. Il pourrait s'agir d'un leader de comité ou d'un·e travailleur·se social·e. Cette personne devra signer le formulaire à titre de témoin de consentement pour attester qu'elle a été témoin de la procédure de consentement.

Voir la section sur la mise en œuvre des choix des contributeur·rice·s à la p. 53.

3.5 Consentement de contributeur·rice·s qui se renfrognent

Si une personne est trop bouleversée pour participer à une procédure de consentement éclairé, ce n'est pas le moment de la filmer, de la photographier, ni de tenter de l'interviewer.

Si une personne a accepté de participer à une interview, puis se rembrunit, il est essentiel de s'interrompre, de s'assurer qu'elle va bien et de lui demander si elle veut faire une pause (conformément aux directives sur les interviews responsables à la p. 54). Une fois l'interview terminé, on doit veiller à obtenir un autre consentement pour en utiliser le contenu. De cette manière, la personne interviewée saura que des images montrant sa détresse ont été

collectées et pourraient être rendues publiques. Le second consentement permet de confirmer que la personne approuve l'utilisation de ce contenu et comprend qu'elle a la possibilité d'exiger qu'il ne soit pas partagé ou même de retirer intégralement son consentement. Une procédure claire doit être en place à cette fin.

3.6 Consentement lorsque des groupes sont photographiés ou filmés

Contexte non organisé

Lorsqu'on prend des images de grands groupes de personnes, par exemple en filmant au moyen d'un drone ou en photographiant une rue ou un camp de personnes réfugiées, il peut s'avérer difficile de recueillir le consentement de chaque personne, voire impossible. Cependant, la publication de l'image d'une personne pourrait exposer cette dernière à un risque, par exemple si elle doit cacher son emplacement ou ses actions pour des raisons de sécurité. Dans un tel cas, il est préférable de ne pas montrer de près le visage des gens.

Lorsque le visage d'une personne est clairement identifiable, l'image ne peut être utilisée que dans les conditions suivantes :

- Il n'y a pas de conflit au lieu en question.
- Il ne s'agit pas d'un camp de personnes réfugiées.
- Les personnes ne sont pas des personnes migrantes en mobilité ou en attente d'être rapatriées.
- Les personnes ne sont pas des personnes réfugiées qui demandent l'asile.
- Les personnes ne sont pas apatrides et illégalement dans un pays.
- Les personnes ne font pas l'objet de persécution en raison de l'endroit où elles se trouvent ou d'un aspect de leur identité comme leur orientation sexuelle, leur genre, leur religion ou leur ethnie.
- L'image n'est pas centrée sur une personne en particulier. Dans la négative, le consentement de cette personne doit être obtenu.
- Les personnes sont représentées dans le respect des normes établies dans la section sur l'évaluation des risques éditoriaux [à l'annexe 2](#) (en anglais).

Contexte organisé

Lorsqu'il est question de photographier ou de filmer un événement organisé, il convient de faire savoir à tout le monde verbalement que des images seront enregistrées et d'indiquer dans quel but elles pourraient être utilisées. Il convient également de demander aux personnes qui préfèrent ne pas être filmées ou photographiées de l'indiquer publiquement ou en privé à la personne qui capte les images.

Afin de respecter le souhait des personnes qui préfèrent ne pas être filmées ou photographiées, on peut leur demander (avec délicatesse et respect pour éviter toute honte ou sentiment de pression) de porter au poignet un bracelet de couleur qu'on aura pris le soin d'apporter. De cette manière, les photos de ces personnes pourront être retirées au montage. Les membres du personnel ou des personnes qui connaissent bien le contexte pourront donner des conseils sur la meilleure façon de procéder.

3.7 Évaluation préliminaire des risques

Dans le cadre de la procédure de consentement, les risques à court et long terme doivent être expliqués aux contributeur·rice·s, ainsi qu'à leurs ami·e·s, leurs familles et/ou leur communauté élargie. Elles et ils pourraient alors décider de ne partager leur histoire, ce qui est leur droit.

Dans ce contexte, une participation sûre et véritable comporte trois éléments fondamentaux :

1. Fournir aux personnes interviewées des informations sur la procédure, les options envisageables et les conséquences. Notamment, indiquer comment leurs points de vue ont été pris en compte et pourquoi on y a donné suite ou non.
2. Veiller à soutenir la participation des contributeur·rice·s d'une manière qui tient compte de leur âge, de leurs réalités culturelles et de leurs capacités et qui favorise leur résilience.
3. Veiller à ce que les contributeur·rice·s (en particulier les enfants, les adolescent·e·s et les jeunes) puissent partager leurs opinions et à ce que ces opinions soient prises en compte conformément à leur âge, à leur maturité et à l'évolution de leurs capacités.

Pour faciliter tout cela, on peut poser les questions qui suivent aux contributeur·rice·s avant d'entamer la procédure de consentement (et donc avant toute interview) pour évaluer leur compréhension des risques.

Demander aux contributeur·rice·s s'ils comprennent les aspects suivants :

1. Vous pouvez poser toute question ou partager toute crainte avec moi concernant cette procédure. Y a-t-il quelque chose que vous aimeriez savoir ?
2. Vous pouvez choisir de partager votre histoire n'importe où – là où vous vous sentez le plus à l'aise. Vous pouvez également choisir vos vêtements et la façon dont vous serez représenté·e dans les images ou le film.
3. Des gens viendront vous interviewer, ce qui pourrait attirer l'attention sur vous.
4. Si des gens vous veulent du mal, ces personnes pourraient voir votre histoire et l'utiliser pour vous retrouver.
5. Si vous avez des profils ou des comptes sur les réseaux sociaux et que vous partagez votre vrai nom, des gens qui ont pris connaissance de votre histoire pourraient vous contacter

« Au Burkina Faso, la stigmatisation arrive rapidement et les commérages poussent facilement les filles à regretter d'avoir partagé leurs témoignages. »

Organisation membre de *Filles, Pas Epouses* du Burkina Faso

« De notre point de vue, il serait effectivement préférable d'approcher les gens et de les informer des conséquences potentielles sur le long terme. »

Organisation membre de *Filles, Pas Epouses* du Niger

pour de bonnes ou de mauvaises raisons. Voir la section sur le suivi des contributeur·rice·s à la p. 48.

6. Si vous partagez votre histoire, nous ne pouvons pas garantir qu'elle ne se retrouvera pas en ligne. Aussi, il se peut qu'on y ait toujours accès même après de nombreuses années.
7. Si vous partagez votre histoire, elle pourrait être vue partout dans le monde, peu importe le pays ou la ville, et par des gens que vous connaissez, comme des membres de votre famille, des enseignant·e·s et des ami·e·s.
8. Vous pouvez retirer votre consentement au partage de votre histoire à tout moment. Avant, pendant et après l'interview. Cependant, il pourrait s'avérer impossible de retirer des documents déjà en circulation.
9. Vous pouvez utiliser un pseudonyme ou cacher votre identité pour raconter votre histoire.
10. Vous pouvez choisir les parties de l'histoire que vous souhaitez nous raconter, celles que nous pouvons partager et de quelle manière.
11. Nous ferons un certain suivi (voir la section sur le suivi des contributeur·rice·s), mais après l'interview, il est important d'avoir quelqu'un pour vous soutenir, au cas où vous seriez préoccupé·e ou recevriez des commentaires négatifs. Connaissez-vous quelqu'un pouvant vous offrir un tel soutien ?
12. Vous pouvez me faire part de toute crainte à tout moment et nous veillerons à vous appuyer après l'interview. Dans l'éventualité où nous ne serions pas en mesure de vous soutenir, nous vous conseillons de ne pas collaborer avec nous pour partager votre histoire. Avez-vous des questions ?

Les contributeur·rice·s doivent comprendre et accepter toutes ces possibilités avant de raconter leur histoire. Si un contributeur·rice exprime des inquiétudes ou des doutes, discutez-en avec cette personne et laissez-lui du temps pour réfléchir, idéalement au moins 24 heures.

Voir également la section sur la gestion des attentes à la p. 52.

Une évaluation devrait aussi être menée conjointement avec les contributeur·rice·s pour déterminer s'il convient de dissimuler leur identité ou de ne pas enregistrer d'images, voire de ne pas les interviewer du tout.

Voir les directives sur l'anonymisation et le changement de nom à la p. 41.

3.8 Consentement verbal ou écrit ?

Le consentement peut être obtenu des façons suivantes :

- Par écrit, à l'aide d'un formulaire (méthode privilégiée)
- Verbalement, à l'aide d'un enregistrement vidéo (méthode privilégiée)
- Verbalement, à l'aide d'un enregistrement audio (pas une méthode privilégiée)
- À distance, à l'aide de WhatsApp (pas une méthode privilégiée)

Le formulaire de consentement est la meilleure façon d'obtenir un consentement. La raison est la suivante : ce processus est plus officiel et aidera les contributeur·rice·s à comprendre que le partage de leur histoire n'est pas à prendre à la légère. C'est également une méthode plus facile à vérifier et à conserver.

Si le consentement est obtenu de façon verbale, on **doit** enregistrer la lecture à voix haute du consentement **et** le contributeur ou la contributrice qui exprime verbalement son consentement dans un même enregistrement continu, sans quoi la preuve verbale n'est pas valide.

Dans le cas des deux autres méthodes, il est plus difficile de prouver qu'un consentement éclairé a été donné. Aussi, il est préférable de les éviter.

3.9 Consentement d'une personne sourde ou atteinte d'une déficience visuelle

Dans le cas d'une collaboration avec une personne sourde ou atteinte d'une déficience visuelle, on doit toujours s'assurer d'avoir quelqu'un en mesure de communiquer et de traduire. Il pourrait s'agir d'un·e traducteur·rice en langue des signes ou d'une personne capable de décrire verbalement le contenu d'images ou d'une séquence vidéo.

3.10 Obtention d'un consentement à distance au moyen de WhatsApp

Une bonne pratique consiste à obtenir le consentement au moment de l'interview, ou avant. Cela pourrait toutefois s'avérer impossible dans certains cas :

1. Il existe une bonne raison logistique pour laquelle le consentement ne peut pas être obtenu (« ne pas avoir prévu suffisamment de temps » n'en est pas une), par exemple : un parent dont on souhaite obtenir le consentement n'est pas présent.
2. Une fille, une adolescente ou une jeune femme crée son propre matériel et le transmet à une organisation sans que personne ne la rencontre pour obtenir son consentement.

Dans ces rares cas, voici la meilleure marche à suivre :

- Appeler la personne et effectuer la procédure de consentement au complet par téléphone.
- Lui envoyer la déclaration de consentement sur WhatsApp (ou toute autre plateforme sécurisée).
- Lui demander d'enregistrer une note vocale dans laquelle elle lit la déclaration de consentement puis exprime son consentement **dans un unique enregistrement continu**.
- Si la personne a moins de 18 ans, on doit demander à un de ses parents ou tuteur·rice·s de faire de même.
- Stocker l'enregistrement du consentement dans un endroit sûr, comme on le ferait pour un consentement sous format papier ou vidéo.

3.11 Traduction des documents de consentement

Avant d'obtenir un consentement, les documents de consentement doivent être traduits dans la langue la plus couramment parlée dans la région où aura lieu l'interview. Il ne s'agira pas nécessairement de la langue officielle du pays.

S'il s'avère impossible de produire une traduction écrite, il convient d'enregistrer une version orale qu'on pourra faire écouter aux contributeur·rice·s et qui pourra leur être envoyée par courrier électronique ou WhatsApp.

3.12 Procédure de consentement : suggestion de scénario

Dans le cadre de la procédure de consentement, il est utile d'avoir un scénario (à savoir, une série de points à souligner) pour guider la personne qui obtient le consentement. Le scénario aide également à garantir une procédure de consentement de qualité, peu importe la personne qui en est responsable.

Suggestion d'explication pour les contributeur·rice·s :

Introduction

- Bonjour et présentation. Je m'appelle X et je travaille pour l'organisation [*nom de votre organisation*]. Merci d'avoir accepté de nous parler aujourd'hui.
 - [*Expliquer le travail de votre organisation et donner des exemples de vos activités*]. Avez-vous déjà entendu parler de nous ? Aimeriez-vous en apprendre davantage ?
 - Avant de commencer l'interview et de prendre des images, nous aimerons nous assurer que vous comprenez ce que nous pourrions faire avec votre histoire. Voilà le but de cette conversation.
 - Vous pouvez m'interrompre à tout moment pour me poser des questions ou me dire que vous ne comprenez pas. Si je (ou la personne qui traduit) parle trop vite, veuillez me/lui demander de ralentir.
- ✓ Êtes-vous prêt·e à continuer ?

Évaluation préliminaire des risques

- Avant de discuter plus en détail de votre histoire, nous souhaitons nous assurer que vous comprenez les risques liés à son partage. Je vais vous poser quelques questions à ce sujet. Ça vous va ? [*À ce moment, poser les questions de la section Questions pour l'évaluation des risques avant l'obtention du consentement, à la p. 31.*]
- ✓ Voulez-vous que je répète quoi que ce soit ?

Ce que nous pourrions faire avec votre histoire

- ✓ Votre histoire nous intéresse parce que nous souhaitons [*indiquer ici la raison pour la collaboration et la collecte de l'histoire*].
- ✓ [*Donner des exemples du travail de votre organisation pour aider à illustrer ces points. Il pourrait s'agir d'impressions d'écran, d'un film téléchargé sur votre téléphone ou d'exemples physiques. Il est préférable d'utiliser des exemples visuels.*]
- Au cours des trois prochaines années, l'intégralité de votre histoire pourrait être partagée sur les supports suivants :
 - télévision ;
 - en ligne, sur les sites Web ou les réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter ;
 - dans des documents imprimés comme des magazines ou des brochures ;

- tout autre moyen de communication utilisé par les organisations de la société civile.
- Nous pourrions partager votre histoire avec des partenaires de confiance, par exemple des organismes de bienfaisance et des médias comme [*donner un média local en exemple*], pour qu'elles et ils puissent également partager votre histoire.
- Cependant, il se pourrait qu'une seule partie de votre histoire soit utilisée, ou qu'elle ne soit pas utilisée du tout. Dans un tel cas, ce n'est jamais la faute de la personne interviewée.
- Une fois qu'une histoire a été publiée, elle pourrait être partagée de nouveau indépendamment de notre volonté. Il est donc important pour vous de comprendre que votre histoire pourrait continuer d'exister et d'être vue et partagée, et ce même lorsque nous ne l'utilisons plus. Cela pourrait arriver partout dans le monde, dans n'importe quel pays.
- Si vous craignez que le partage de votre histoire ne vous mette en danger d'une manière ou d'une autre, veuillez nous l'indiquer, et ce même si le risque est minime. Nous pourrions décider de ne pas partager votre histoire ou veiller à ce que personne ne puisse vous identifier.
- Si vous le préférez, vous pouvez partager votre histoire d'une manière qui cache votre identité ou changer votre nom (et choisir le nom de votre choix), ou les deux.
- Nous conservons vos renseignements personnels dans un endroit sûr et privé. Si votre identité doit être protégée, nous mettrons tout en œuvre pour veiller à préserver votre anonymat.
- Après trois ans, nous arrêterons de partager votre histoire ou vous demanderons votre consentement pour continuer à le faire. Nous conserverons votre histoire dans un endroit sûr et ne l'utiliserons de nouveau que si vous nous en donnez la permission.
- ✓ Comprenez-vous que votre histoire pourrait être utilisée en tout lieu et à tout moment, ou pas du tout utilisée, au cours des trois prochaines années ?
- ✓ Avez-vous des questions ou des préoccupations ?
- ✓ Voulez-vous que je répète quoi que ce soit ?

Explication du formulaire et de la façon dont il sera utilisé

- Nous utiliserons ce formulaire pour expliquer plus en détail comment votre histoire pourrait être utilisée.
- Pour donner votre consentement, vous pouvez apposer votre signature ou votre marque à ce formulaire. Si vous préférez une autre méthode, nous pouvons vous lire le formulaire et vous pourrez nous dire à voix haute que vous comprenez et êtes d'accord.
- Il est important de comprendre que si vous ne souhaitez pas partager votre histoire avec nous, vous devez nous le faire savoir. Cela ne nous dérangera absolument pas et nous continuerons de vous soutenir, comme à l'habitude. Le plus important, c'est que vous vous sentiez à l'aise de partager votre histoire.
- Si vous décidez de partager votre histoire puis changez d'idée plus tard, faites-nous le savoir. Nous allons supprimer votre histoire de nos archives et, si elle a déjà été utilisée, nous allons faire de notre mieux pour retirer les publications déjà en circulation.

- *[À ce moment, donner le formulaire à la personne pour qu'elle puisse le lire OU lui demander si elle préfère que vous le lui lisiez.]*
- *[Donner ensuite à la personne une carte de visite (voir la p. 36) en lui disant de la conserver et d'appeler le numéro à tout moment si elle a des questions ou des inquiétudes.]*
- ✓ Nous allons maintenant vous laisser du temps pour réfléchir à tout ça ou en discuter avec un ou une amie ou des membres de votre famille. N'oubliez pas : rien ne vous oblige à partager votre histoire. Que vous le fassiez ou non n'aura aucune incidence sur la relation entre vous et l'organisation XX. Je reviendrai vous voir dans XX heures/jours.
- ✓ Merci !

3.13 Documentation complémentaire

Pour qu'un consentement soit éclairé, les personnes interviewées doivent comprendre concrètement ce à quoi elles consentent. À cette fin, il est très utile d'avoir recours à de la documentation complémentaire. Cela peut être fait de plusieurs façons :

1. Rassembler une série d'exemples de matériel de communication que vous avez produits. Par exemple, une brochure, une publication sur Facebook, une publication sur Instagram, une page Web et une courte vidéo. Ces documents peuvent être imprimés à l'aide d'une imprimante couleur standard ou téléchargés sur un téléphone pour être présentés plus tard, même sans connexion Wi-Fi. Cette méthode est peu coûteuse et peut être adaptée aux contributeur·rice·s.
2. Produire une brochure officielle contenant des exemples pour expliquer comment le contenu peut être utilisé. Cette méthode est plus coûteuse, mais peut donner lieu à de meilleures explications.
3. Produire un modèle simple où tout le monde peut ajouter une image et du texte afin d'expliquer comment le contenu peut être utilisé. Cette méthode est la moins coûteuse. On peut notamment plier une feuille de papier de format A4 en quatre sections pour confectionner une « carte ».

3.14 Carte de visite

En plus de la documentation complémentaire, les personnes interviewées doivent avoir le numéro de téléphone et l'adresse de courrier électronique d'une personne-ressource qu'elles peuvent contacter si elles ont des questions ou souhaitent retirer leur consentement.

Cela peut être fait de plusieurs façons :

1. Ajouter les coordonnées à la documentation complémentaire dans le cas de l'option 2 ou 3 (voir la section précédente).
2. Laisser une carte de visite.
3. Partager son numéro de téléphone au moyen d'une image numérique contenant vos coordonnées par l'entremise d'un système de chiffrement comme WhatsApp. Attention : vous ne devez pas être seul·e dans un groupe WhatsApp avec un·e enfant, un·e adolescent·e ou un·e jeune. Il faut plutôt créer un groupe de trois personnes, envoyer la carte puis quitter le groupe.

3.15 Tableaux du consentement : quand doit-on obtenir un consentement ou non

Consentement obligatoire	Procédure d'obtention du consentement
Toute personne qui partage son histoire (images et étude de cas audio ou écrite).	Formulaire de consentement standard signé par la personne interviewée ou enregistrement contenant à la fois : a) l'interviewer-se qui lit le texte de consentement et b) la personne interviewée qui donne son consentement verbal.
Toute personne clairement identifiable dans un lieu privé (comme une clinique, une école ou une maison), même si l'histoire ne porte pas sur elle.	<p>Formulaire de consentement standard signé par la personne interviewée ou enregistrement contenant à la fois : a) l'interviewer-se qui lit le texte de consentement et b) la personne interviewée qui donne son consentement verbal.</p> <p>Annoncer clairement que des photos seront prises dans ce lieu et demander aux personnes qui préfèrent ne pas être prises en photo de sortir du cadre de la photo.</p>
<p>Photo (mise en scène ou prise sur le vif) de personnes participant à une activité. Ces personnes sont conscientes du fait qu'on prend des photos d'elles et en ont été informées avant l'activité.</p> <p>Par exemple, un portrait de groupe ou un rassemblement de personnes participant aux activités de l'organisation (rencontre communautaire, collecte de fonds, etc.).</p>	<p>Formulaire de consentement signé au nom du groupe par la personne responsable de l'activité. Les membres du groupe doivent préalablement avoir donné leur consentement.</p> <p>Annoncer clairement et respectueusement que des photos seront prises dans ce contexte et qu'un formulaire de consentement sera signé par la personne responsable de l'activité (nommer cette personne). Demander aux personnes présentes de lever la main pour signaler qu'elles acceptent d'être prises en photo. Inviter toute personne qui ne souhaite pas être prise en photo à se rendre à un endroit dans la pièce où elle sera hors du cadre et/ou de porter un bracelet au poignet, ce qui permettra de l'enlever de toute image où elle aura été incluse par mégarde.</p>
<p>Tout-e enfant et tout-e adolescent-e qui raconte son histoire.</p> <p>et</p> <p>Tout-e enfant et tout-e adolescent-e clairement identifiable dans un lieu privé (comme une maison, une école ou un camp de personnes réfugiées) qui est le point de focalisation de l'image. P. ex., une enfant clairement identifiable dans un petit groupe d'environ cinq enfants.</p>	<p>Formulaire de consentement signé par la personne interviewée et un de ses parents/le tuteur ou la tutrice, ou enregistrement contenant à la fois : a) l'interviewer-se qui lit le texte de consentement et b) la personne interviewée et un parent/le tuteur ou la tutrice qui donne son consentement verbal. Remarque : le consentement parental ne doit pas être obtenu s'il risque de provoquer d'autres préjudices).</p> <p>Lorsque des enfants et des jeunes partagent leur histoire, on doit obtenir leur consentement éclairé chaque fois que c'est possible et respecter tout refus de prendre part à l'exercice. Cela dépendra de l'âge de l'enfant ou de l'adolescente. Cependant, la conversation visant à déterminer si l'enfant ou l'adolescente peut figurer dans du contenu doit avoir lieu avec ses parents, son tuteur ou sa tutrice et l'enfant ou l'adolescente, si elle est en âge de comprendre le contexte.</p> <p>Si un-e enfant ou un-e adolescent-e raconte une expérience de détresse ou donne des informations qui pourraient l'exposer à des risques, on doit obtenir un autre consentement d'un des parents, d'un tuteur ou d'une tutrice. Si le témoignage de l'enfant laisse croire que les parents ou les tuteur-ric-e-s représentent un danger pour l'enfant, il convient de demander conseil à l'équipe du pays concerné et d'alerter les autorités publiques/de protection de l'enfance compétentes.</p>

<p>Mineur·e·s non accompagné·e·s (par mineur·e·s, on entend toute personne de moins de 18 ans). Cela inclut les filles et les adolescentes de moins de 18 ans qui sont mariées ou en couple.</p>	<p>Formulaire de consentement standard signé par la personne interviewée ou enregistrement contenant à la fois : a) l'interviewer·se qui lit le texte de consentement et b) la personne interviewée qui donne son consentement verbal.</p>
<p>Lorsqu'une personne participant à une rencontre avec les médias (y compris un événement) est photographiée ou filmée par un·e sous-traitant·e.</p>	<p>Formulaire de consentement standard signé par la personne interviewée ou enregistrement contenant à la fois : a) l'interviewer·se qui lit le texte de consentement et b) la personne interviewée qui donne son consentement verbal.</p>
<p>Lorsqu'une personne a partagé son histoire, mais que le plein consentement n'a pas été obtenu et que la seule façon de l'obtenir est par téléphone.</p>	<p>Une procédure de consentement convenue au téléphone. La déclaration de consentement doit être transmise à la personne, qui enregistrera une note vocale dans laquelle elle lira à voix haute la déclaration de consentement puis exprimera son consentement dans un unique enregistrement continu. Cette déclaration doit être partagée au moyen d'une voie de communication protégée comme WhatsApp.</p>
<p>Lorsqu'une personne participe à une activité d'apprentissage ou un événement de plaidoyer (par exemple, le Forum Génération Égalité ou le Sommet de la fille africaine) qui est enregistré et pourrait être diffusé en ligne ou cité dans un texte.</p>	<p>Formulaire de consentement standard signé par la personne interviewée ou enregistrement contenant à la fois : a) l'interviewer·se qui lit le texte de consentement et b) la personne interviewée qui donne son consentement verbal.</p> <p>Veillez annoncer votre intention d'enregistrer l'événement avant sa tenue et demander à ce que les personnes qui ne souhaitent pas être enregistrées vous en informent. Faites de nouveau cette annonce au lancement de l'événement.</p>
<p>Prendre des images sur les médias sociaux pour les partager sur d'autres plateformes.</p>	<p>Formulaire de consentement standard signé par la personne interviewée ou enregistrement contenant à la fois : a) l'interviewer·se qui lit le texte de consentement et b) la personne interviewée qui donne son consentement verbal.</p> <p>Pour utiliser une image d'un média social sur une autre plateforme sans utiliser la fonction de partage (c'est-à-dire, ne pas partager intégralement l'image et le texte de la publication originale), le consentement du créateur ou de la créatrice de l'image doit être obtenu.</p> <p>Comme cette personne est non seulement le sujet de l'image, mais en détient les droits, ces renseignements doivent être ajoutés dans la section « notes » du formulaire de consentement.</p>

<p>Consentement non obligatoire</p>	
<p>Toute personne dans un lieu public qui :</p> <ul style="list-style-type: none"> • n'est pas l'élément principal de l'histoire ou de l'image et n'est pas en danger en raison de son emplacement, sa religion, son genre, son âge, son statut socioéconomique, son ethnie ou la couleur de sa peau ; • effectue un travail ou une activité pouvant l'exposer à des risques immédiats ou futurs. 	<p>Aucun consentement requis.</p>
<p>Toute personne qui n'est pas identifiable ou qui n'est pas le point de focalisation de l'image dans un contexte privé à faible risque.</p>	<p>Aucun consentement requis.</p>
<p>Lorsqu'une personne participant à une rencontre avec les médias organisée par une organisation, mais que les médias invités ne travaillent pas pour cette organisation.</p>	<p>Aucun consentement requis.</p> <p>Les photographies prises seront la propriété de l'agence de presse ou du/de la photographe qui a pris les photos.</p> <p>Cependant, une bonne pratique consiste à :</p> <ul style="list-style-type: none"> • aider les participant-e-s à réfléchir aux conséquences de leur participation à l'événement et de leur témoignage ; • faire savoir aux participant-e-s que leurs images pourraient être largement diffusées et qu'elles et ils n'auront pas voix au chapitre.
<p>Prendre des images sur une plateforme de médias sociaux et la partager sur cette même plateforme.</p>	<p>Aucun consentement n'est requis. Cependant, le partage d'images doit respecter rigoureusement les directives ci-dessous.</p> <p>Lorsqu'une personne partage une image sur une plateforme de réseaux sociaux comme Facebook, Instagram ou Twitter, sur le plan juridique, elles ont souscrit à des conditions qui stipulent que l'image peut être partagée sur cette même plateforme sans nécessiter son consentement.</p> <p>Si le contenu est utilisé dans un autre contexte (à savoir, sans utiliser la fonction de partage sur la même plateforme), un consentement doit être obtenu. Voir la section concernant le partage d'images de médias sociaux sur d'autres plateformes dans le tableau précédent.</p> <p>Avant de partager une image, il convient de se demander ce que la ou les personnes sur l'image pourraient en penser. Voici quelques éléments à prendre en considération :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utiliser une image uniquement dans le même ton et le même contexte que ceux dans lesquels l'image a été partagée. • Depuis combien de temps l'image a-t-elle été partagée ? L'image de la personne est-elle toujours représentative de cette personne

	<p>aujourd'hui ? Une bonne pratique consiste à ne pas utiliser une image publiée il y a plus de 18 mois.</p> <ul style="list-style-type: none">• La personne sur l'image a-t-elle une opinion positive de l'image ? En cas de doute, il vaut mieux ne pas utiliser l'image.• Y a-t-il d'autres personnes sur la photo ? Si elles sont très visibles et qu'il ne s'agit pas d'un lieu public, elles pourraient ne pas apprécier que vous partagiez l'image.
--	---

3.16 Lorsqu'il n'est pas possible d'obtenir un consentement

Une telle situation est rare, mais parfois, une personne souhaite partager son histoire sans devoir participer à une procédure de consentement officielle. Dans un tel cas, une « évaluation des risques de non-consentement » doit être effectuée avec la personne en question. Cette évaluation aide à estimer les dangers pour la personne et à déterminer s'il est raisonnable de partager son histoire. Cela aide également à conserver une « trace écrite » des mesures prises, y compris celles visant à limiter les risques pour le contributeur ou la contributrice et l'organisation qui collecte l'histoire.

Le formulaire rempli doit être conservé au même endroit que les formulaires de consentement écrits et les enregistrements de consentement verbal.

Voir [l'annexe 1 : Évaluation des risques de non-consentement](#).

3.17 Directives pour l'anonymisation et le changement de nom

Dissimulation de l'identité

Les contributeur·rice·s peuvent choisir de dissimuler leur identité et n'ont pas à justifier ce choix. Elles et ils ont également le droit de révéler leur identité. Cela peut aider certaines filles, adolescentes et jeunes femmes à avoir prise sur leur propre vie, comme elles sont entièrement conscientes des risques et des conséquences possibles. Cela dépendra fortement du contexte. Aussi, les besoins et la situation de chaque personne doivent être pris en considération au moment de prendre des décisions avec la personne interviewée. Voir la section sur l'évaluation préliminaire des risques à la p. 31.

On doit offrir aux contributeur·rice·s la possibilité d'être photographié·e·s ou filmé·e·s sans révéler leur identité à l'endroit qui leur convient, lequel pourrait être loin de leur maison. Il convient de vérifier ce que la personne souhaite :

1. Dissimulation totale. Par exemple, une photographie de son ombre, une illustration ou un avatar, voire aucune photo et aucune vidéo du tout.
2. Dissimulation. Par exemple, une photographie prise de derrière de la personne qui ne porte pas ses propres vêtements (elle porte plutôt d'autres vêtements prêtés aux fins de la photographie).
3. Dissimulation partielle. Par exemple, une photographie de sa main ou de son pied, de sa nuque ou de sa silhouette dans l'ombre, ou de sa personne alors qu'elle tient un objet qui masque entièrement ou partiellement son visage.

Si la personne n'est pas certaine, choisissez l'option 1 ou 2, selon le niveau de risque encouru. Il convient de discuter des moyens de dissimuler l'identité avec chaque personne interviewée et de s'assurer qu'elle est d'accord avant de prendre des images.

Changement de nom

On doit offrir la possibilité d'utiliser un autre nom, et ce même si les contributeur·rice·s sont photographié·e·s ou filmé·e·s d'une manière qui ne cache pas leur identité.

Il est conforme aux bonnes pratiques de demander à la personne interviewée quel nom elle préfère, d'expliquer que ce nom sera rendu public et de lui conseiller de choisir un nom qui ne sera pas facilement associé à sa personne. Si ce n'est pas possible, choisir un pseudonyme

avec l'aide de collègues ou de bénévoles du même pays ou de la même région que la personne interviewée, pour s'assurer d'utiliser un nom approprié.

Lorsqu'un-e contributeur-riche souhaite révéler son identité, mais que cela pourrait l'exposer à des risques

Un-e contributeur-riche de moins de 18 ans pourrait souhaiter partager son véritable nom ou ne pas cacher son identité, même si cela l'expose à des risques. Dans un tel cas, il convient de prendre le temps de passer en revue les questions de la section « évaluation préliminaire des risques » à la p. 31. Si, après ce processus, la personne ne semble pas comprendre pleinement, l'intervieweur-se doit lui expliquer que les risques semblent trop importants et que son identité devrait tout de même être dissimulée. Une discussion devrait ensuite avoir lieu pour trouver le meilleur moyen de dissimuler l'identité de cette personne d'une façon qui lui convient et tient compte de ses préférences.

Si la personne souhaite toujours ardemment révéler son identité et que l'intervieweur-se croit toujours fermement que cela l'exposerait à des risques inacceptables, il pourrait être nécessaire de ne pas recueillir l'histoire.

3.18 Renouvellement d'un consentement

La majorité des histoires sont utilisées sans devoir renouveler le consentement au-delà de la période convenue lors de la procédure de consentement originale. Cependant, on doit parfois renouveler le consentement afin d'utiliser une histoire dans un but qui dépasse l'objectif initial :

- Lorsqu'une personne se trouve dans une situation de vie qui connaît des changements et/ou une détérioration rapide, par exemple une personne en processus de divorce.
- Lorsqu'une personne se trouve dans un contexte de volatilité ou de changements rapides, par exemple une personne vivant dans une situation de conflit ou une personne migrante.
- Lorsqu'une personne s'expose à des risques si son histoire est réutilisée dans un nouveau contexte.
- Lorsqu'une personne vit dans un pays ou un contexte où la publication de son histoire pourrait lui causer du tort en raison d'un environnement politique ou social changeant, par exemple une fille ou une jeune femme qui exprime son souhait de fréquenter l'université en Afghanistan après le retour au pouvoir des talibans.
- Lorsque l'histoire ou l'image de la personne est choisie pour représenter une campagne à grande échelle pour un large public.
- Lorsqu'une histoire continue d'être diffusée, le consentement doit être renouvelé tous les trois ans (voir la section sur le retrait d'une image à la p. 42-43).
- Lorsqu'un-e enfant atteint l'âge de 18 ans.

S'il n'est pas possible de contacter la personne pour renouveler le consentement, le contenu ne doit pas être utilisé.

Le renouvellement d'un consentement donne l'occasion d'effectuer un suivi auprès des personnes qui ont raconté leur histoire. La mise à jour des histoires permet d'ajouter des détails et des éléments contextuels et de montrer comment la vie des contributeur-riche-s a

progressé. On s'assure ainsi de ne pas réduire leur personne à une image ou à une expérience (p. ex., le mariage des enfants).

3.19 Quoi faire lorsqu'un·e contributeur·rice retire son consentement

Lorsqu'un·e contributeur·rice retire son consentement, tout contenu dans lequel figure cette personne doit être retiré de la base de données où il est conservé et les images de cette personne doivent être retirées de la circulation. Le concepteur ou la conceptrice des images et les équipes ou partenaires externes qui ont déjà téléchargé ou utilisé les images doivent en être informé·e·s pour leur permettre d'interrompre leurs activités prévues ou de retirer tout contenu de la circulation.

Dans de telles situations, la demande de retrait et les mesures prises doivent être consignées et accompagnées de documents justificatifs (notamment le consentement original et le retrait du consentement) afin d'en garder trace, dans l'éventualité où il faudrait prouver que des mesures ont été prises.

3.20 Liste de vérification de la procédure de consentement

Quand	Action	Ressources	Effectué (oui/non)
Avant l'obtention d'un consentement	Effectuer l'évaluation préliminaire des risques.	Questions de l'évaluation préliminaire des risques	
	Contacteur la personne-ressource responsable de la sauvegarde et lui faire part de l'évaluation des risques aux fins de commentaires.	Questions de l'évaluation préliminaire des risques	
	Préparer les formulaires de consentement : <ul style="list-style-type: none"> • Les traduire. • Imprimer des copies papier. 	Formulaire de consentement	
	Préparer des exemples de matériel de communication pour aider les contributeur·rice·s à comprendre ce à quoi leur contribution pourrait ressembler.	Documentation complémentaire	
	Préparer des cartes de visite avec le numéro de téléphone du bureau ou de la personne que les contributeur·rice·s doivent contacter pour poser des questions ou retirer leur consentement.	Carte de visite	
	Prévoir assez de temps pour une discussion approfondie sur le consentement.	Plan de collecte du contenu	
Pendant la collecte	Prévoir avant tout suffisamment de temps pour avoir une véritable conversation sur le consentement.	Plan de collecte du contenu	
	Présenter toute la documentation complémentaire aux contributeur·rice·s et leur laisser du temps pour	Documentation complémentaire	

du contenu	les examiner, les partager avec leurs ami-e-s/familles et poser des questions.		
	Dans le cas d'un groupe de personnes, respecter les directives pour l'obtention du consentement du groupe ou pour faire une annonce et distribuer des bracelets de couleur.	Bracelets de couleur (ou substitut)	
	Aider les contributeur-ric-e-s à remplir le formulaire ou à donner un consentement verbal. Le consentement verbal doit faire suite à la lecture du consentement et les deux doivent figurer sur le même enregistrement.	Formulaire de consentement	
	Utiliser une carte de visite pour faire savoir aux contributeur-ric-e-s qu'elles ou ils peuvent contacter votre organisation à tout moment pour poser des questions ou retirer leur consentement.	Carte de visite	
	Ranger correctement les formulaires de consentement dans un lieu sûr et verrouillé (un fichier protégé par mot de passe ou un coffre-fort/classeur à fermoir).	Formulaire de consentement	
Après l'obtention du consentement	S'assurer que les contributeur-ric-e-s ne sont pas revenu-e-s sur leur décision et en comprennent les détails.		
	Communiquer ou montrer le contenu recueilli aux contributeur-ric-e-s aux fins d'approbation. Dans le cas d'images, les contributeur-ric-e-s peuvent regarder la vidéo ou les photos dans le viseur de l'appareil. Dans le cas d'une interview, on peut leur relire leur témoignage.		
	Remplir le formulaire d'évaluation des risques de non-consentement, le cas échéant.	Évaluation des risques de non-consentement	
	S'assurer d'enregistrer les préférences en matière d'anonymat et de changement de nom dans les métadonnées des images.		
	Ranger les formulaires de consentement et le contenu papier dans un endroit sûr.	Formulaire de consentement	
	Renouveler le consentement, le cas échéant.	Formulaire de consentement	

Section 4 : production de matériel de communication

Explication

Une fois le matériel de communication produit, les personnes y ayant contribué devraient se sentir respectées, écoutées et plus autonomes. Si le processus ne respecte pas les principes éthiques, elles risquent de se sentir frustrées, méprisées et même traumatisées de nouveau.

La présente section porte sur des actions concrètes qui donnent la priorité à la capacité d’agir et à l’autonomie des contributeur·rice·s dans le cadre du processus de création d’histoire. Elle se divise en quatre parties : la planification ; avant la collecte de contenu ; pendant la collecte de contenu ; et après la collecte de contenu.

Modalités pratiques

- 4.1 Avant de collecter du contenu, préparer une équipe appropriée
- 4.2 Travailler avec des tiers
- 4.3 Collecte de contenu : principaux rôles et responsabilités éthiques
- 4.4 Affecter une personne précise à la procédure de consentement
- 4.5 Former les collègues qui collectent le contenu
- 4.6 Préparer le suivi des contributeur·rice·s
- 4.7 Retenir les services d’un·e pigiste pour les images
- 4.8 Évaluation des risques de communication
- 4.9 Gestion des attentes
- 4.10 Expliquer aux contributeur·rice·s comment déposer une plainte
- 4.11 Le droit d’obtenir de l’aide
- 4.12 La création d’images de manière responsable
- 4.13 Mettre en œuvre les choix des contributeur·rice·s
- 4.14 Mener des interviews de façon réfléchie
- 4.15 Découverte d’activités illégales
- 4.16 Travailler avec des interprètes
- 4.17 Cadeaux, paiement des dépenses et indemnisations des contributeur·rice·s
- 4.18 Histoires composites
- 4.19 Images de photothèques
- 4.20 Procédure d’approbation finale
- 4.21 Transmettre du contenu aux contributeur·rice·s, y compris des images
- 4.22 Personnes qui collectent et créent des histoires : prise en charge personnelle
- 4.23 Réfléchir et tirer des enseignements
- 4.24 Liste de vérification pour la production de matériel de communication

Préparation de la collecte de contenu

4.1 Avant de collecter du contenu, préparer une équipe appropriée

Avant de collecter du contenu, il est préférable de créer une liste de professionnel·le·s qui œuvrent là où on recueille régulièrement du contenu. Cela permet à la personne chargée de recueillir du contenu de contacter plus rapidement des personnes dignes de confiance.

L'équipe de la collecte de contenu doit être créée en tenant compte de caractéristiques comme l'ethnie, le genre, l'âge et les normes culturelles, ainsi que leurs chevauchements. Le ou la responsable du projet devrait déterminer à l'avance ce qui est délicat et approprié dans le contexte de l'histoire et être conscient·e du fait que cela peut changer d'un endroit ou d'un groupe de personnes à l'autre.

Préparer une équipe. Au moment de créer une équipe pour la collecte de contenu, il convient de tenir compte des caractéristiques et du comportement de l'équipe et de leur impact sur la personne interviewée. Lorsque possible, il est préférable de demander à cette dernière si elle a des préférences particulières avant de commencer à collecter le contenu. Au minimum, les aspects suivants devraient être pris en compte :

- Le genre : est-il approprié d'avoir un homme au sein de l'équipe ?
- La nationalité : quelle est la relation entre la nationalité de la personne qui partage son histoire et celles des personnes qui la recueillent ?
- L'âge : les contributeur·rice·s pourraient se sentir plus à l'aise si l'équipe comprend une personne plus vieille ou plus jeune. Leurs expériences et leurs préférences doivent être prises en compte.
- La langue : parler une langue commune peut aider tout le monde à se sentir plus à l'aise.
- La couleur de peau : l'inclusion de membres de l'équipe qui ont la même couleur de peau que la personne interviewée peut aider cette dernière à se sentir à l'aise et non « à part ».
- La religion : l'inclusion de membres de l'équipe qui pratiquent la même religion peut également aider la personne à moins se sentir « à part ».
- L'ethnie : s'il existe des divisions ou des différences ethniques là où l'interview a lieu, on doit tenir compte de l'interaction des membres potentiels de l'équipe avec les contributeur·rice·s et leur communauté.
- Le statut de personne migrante/réfugiée/apatride : si la personne se trouve dans un contexte d'incertitude en raison de son statut de réfugiée ou d'apatride, ou vient d'arriver dans un pays, elle pourrait se sentir vulnérable. Il convient alors d'envisager l'inclusion dans l'équipe d'une personne ayant vécu la même expérience.
- Les normes culturelles : il convient de songer aux comportements qui pourraient aider les contributeur·rice·s à se sentir à l'aise. Cela peut aller de l'habillement aux coutumes de salutation, et bien plus encore.

Questions à poser aux sous-traitant·e·s potentiel·le·s (notamment les photographes, vidéographes, intervieweur·se·s et interprètes) pour évaluer leur sensibilité aux questions éthiques :

1. Avez-vous déjà travaillé sur la question du mariage des enfants ? Dans l'affirmative, comment cela s'est-il passé ? Dans la négative, pouvez-vous m'expliquer votre compréhension du contexte de travail que nous vous proposons ?
2. Selon vous, quels problèmes d'ordre éthique pourraient survenir dans le contexte proposé ?
3. Comment aideriez-vous une fille, une adolescente ou une jeune femme à se sentir à l'aise dans le scénario de travail que nous vous proposons ?
4. Comment vous assureriez-vous que la fille, l'adolescente ou la jeune femme comprenne exactement ce que nous faisons dans ce scénario ?
5. Quelles mesures prendriez-vous pour veiller à ce que la fille, l'adolescente ou la jeune femme dans cette situation puisse partager ses idées, ses opinions et ses commentaires concernant le matériel de communication que nous vous proposons de créer ?
6. Comment veilleriez-vous à ce que la fille, l'adolescente ou la jeune femme dans cette situation soit protégée et trouve cette expérience enrichissante ?

4.2 Travailler avec des tiers

Dans le cadre d'un travail avec des tiers (y compris des médias partenaires extérieurs, des bailleurs de fonds, des partenaires non gouvernementaux, des organismes de l'ONU ou des gouvernements), les présentes lignes directrices (ou des orientations semblables) doivent être respectées. Les mesures qui suivent ont été élaborées à cette fin :

1. Organiser une réunion dans l'objectif précis de discuter des présentes lignes directrices et de toute implication ou question soulevée. L'ensemble des participant·e·s doivent avoir lu les présentes lignes directrices avant la réunion.
2. Mentionner tout particulièrement le principe de partenariat avec les contributeur·rice·s et demander aux tierces parties comment elles entendent favoriser ce partenariat.
3. Fournir le matériel de consentement et autres outils pertinents aux tiers.
4. Dans le cas de sous-traitant·e·s externes, les obliger par contrat à respecter les présentes lignes directrices et rendre le paiement conditionnel à la réalisation de ces actions.
5. Dans le cas de partenaires externes, comme des médias ou des ambassadeurs ou ambassadrices de la cause qui créent du contenu, communiquer clairement les objectifs du projet, la situation des contributeur·rice·s et leurs suggestions d'histoires, ainsi que les risques encourus dans le cas de non-respect des présentes lignes directrices.
6. Demander à examiner le contenu final *avant* la publication, aux fins de sauvegarde. Attention : les médias et partenaires externes pourraient ne pas accepter de changements rédactionnels. Il est donc important de leur indiquer clairement que le contenu doit être passé en revue pour des raisons de sauvegarde.
7. Expliquer que si un·e contributeur·rice retire son consentement, vous devrez retirer de la circulation tout matériel contenant l'histoire de cette personne. Pour en savoir plus, voir la section sur le retrait du consentement d'un·e contributeur·rice à la p. 43.

Avant l'obtention d'un consentement

4.3 Collecte de contenu : principaux rôles et responsabilités éthiques

La présente section énumère les responsabilités devant être prises en charge lors de la collecte d'une histoire. Il ne s'agit pas d'une liste de personnes précises ni du titre de leur poste. Ces responsabilités peuvent être déléguées de différentes façons : parfois, un rôle sera divisé entre deux personnes, ou une personne aura plus d'un rôle, voire tous les rôles.

- **Producteur·rice** : globalement responsable de l'exercice de collecte de l'histoire ; veille à ce que l'ensemble de l'équipe et des processus respectent les présentes lignes directrices.
- **Concepteur·rice d'images et intervieweur·se/rédacteur·rice** : responsables de la création d'histoires dans le respect des présentes lignes directrices.
- **Interprète** : responsable de l'interprétation culturelle et linguistique ; doit également signaler tout malentendu ou motif de préoccupation aux membres de l'équipe qui ne parlent pas la langue.
- **Responsable du consentement** : personne chargée de l'obtention du consentement, conformément à la section sur le consentement des présentes lignes directrices.
- **Expert·e de la sauvegarde (ou l'équivalent) et/ou personne-ressource** : responsables du processus d'évaluation des risques (voir la section « Évaluation des risques de communication » [à l'annexe 2](#)) avant la collecte de tout contenu. Si des préoccupations en matière de sauvegarde sont soulevées à un stade ultérieur, les responsables de la sauvegarde doivent être consulté·e·s de nouveau pour déterminer conjointement si le matériel de communication devrait être utilisé et de quelle manière.

4.4 Affecter une personne précise à la procédure de consentement

Pour que la procédure de consentement respecte les normes de qualité établies dans la section sur le consentement, un·e membre de l'équipe du consentement doit être responsable de cette tâche. Il faut prévoir suffisamment de temps pour mener une procédure de haute qualité, même dans des circonstances pressantes.

4.5 Former les collègues qui collectent le contenu

Il est préférable que les personnes qui recueillent le contenu sachent comment obtenir un contenu riche, connaissent les problèmes liés à la communication éthique et aient été formé·e·s sur les présentes lignes directrices.

Ces lignes directrices peuvent être partagées avec des tiers (de préférence, leur respect devrait constituer une obligation contractuelle) et il convient de prendre le temps d'expliquer pourquoi ce document existe. La meilleure façon de veiller à ce que les sous-traitant·e·s et les partenaires lisent, comprennent et mettent en œuvre les présentes lignes directrices, c'est de leur faire comprendre que leur respect est préférable pour le matériel de communication, les contributeur·rice·s et leurs communautés.

4.6 Préparer le suivi des contributeur·rice·s

Un-e membre précis-e du personnel doit être responsable du suivi des contributeur·rice·s après le partage de leur histoire. Ces contributeur·rice·s doivent pouvoir contacter le ou la responsable du suivi pour discuter de toute préoccupation. Cette personne devrait être un-e professionnel·le ayant de l'expérience liée au mariage des enfants et au soutien des enfants et des jeunes. Elle sera sans doute un-e membre de l'équipe des programmes plutôt que de l'équipe de la communication.

Le suivi prendra deux formes : les réseaux sociaux et la vérification proactive.

« Nous devons aider les contributrices à prendre soin d'elles après qu'elles aient raconté leur histoire en tenant compte des répercussions sur leurs émotions, leur santé mentale et leur tranquillité. »

Organisation membre de Filles,
Pas Epouses de l'Équateur

Réseaux sociaux

Il est important de vérifier si les contributeur·rice·s ont des comptes sur les réseaux sociaux. Dans l'affirmative, on doit leur signaler qu'en publiant leur véritable nom et/ou une image permettant de les identifier, elles et ils pourraient recevoir des commentaires positifs ou négatifs sur les réseaux sociaux. Les commentaires négatifs prennent généralement deux formes :

1. Ce qui est souvent appelé le « trollage » (« trolling » en anglais). Les personnes qui émettent de tels commentaires n'ont pas nécessairement de convictions profondes ni même de connaissances du sujet ou de l'histoire qu'elles commentent, mais le ton et le contenu de leurs commentaires négatifs peuvent être très méchants.
2. Commentaires négatifs de personnes qui ne partagent pas les points de vue exprimés dans la communication. Ces commentaires peuvent prendre plusieurs formes.

On peut prendre les mesures suivantes en prévision d'éventuels commentaires sur les réseaux sociaux :

1. S'assurer que la personne sait qu'en partageant ou en commentant le matériel dans lequel elle figure, elle sera associée à cette histoire. Cela est particulièrement important lorsque la personne a décidé de dissimuler son identité ou de changer son nom. Dans un tel cas, il vaut mieux pour cette personne **de ne pas** mentionner leur participation au matériel de communication sur les réseaux sociaux.
2. Recommander aux contributeur·rice·s de modifier leurs paramètres de confidentialité pour ne pas pouvoir être contacté·e·s de manière proactive par quiconque.
3. Dans l'éventualité où la personne reçoit des commentaires négatifs, recommander **de ne pas** engager le dialogue et de plutôt bloquer l'individu.
4. Recommander à la personne de prendre une pause des réseaux sociaux au moment où l'histoire est publiée.
5. S'assurer que la personne sait comment faire tout cela.
6. Si une personne publie un commentaire qui menace de quelque façon la sécurité physique des contributeur·rice·s, il faut le signaler à la police, à moins que le sujet de la communication ne soit une activité illégale à cet endroit, auquel cas les contributeur·rice·s **ne doivent pas** mentionner cette activité sur les réseaux sociaux.

7. Rappeler aux contributeur·rice·s qu'elles et ils peuvent signaler toute crainte à l'organisation qui recueille le contenu.

Contacteur les contributeur·rice·s de manière proactive

Chaque contributeur et contributrice doit être contacté·e par le ou la responsable de son suivi à certains moments précis. Cette personne devrait toujours être la même.

1. Une semaine après la collecte du contenu, pour vérifier si les contributeur·rice·s sont toujours satisfait·e·s de leur contribution et si elles ou ils ont reçu des commentaires positifs ou négatifs.
2. Au moment de la création du contenu, pour leur permettre de voir le matériel et d'indiquer si elles et ils sont satisfait·e·s de la façon dont elles et ils sont représenté·e·s.
3. Un mois après la collecte du contenu, pour vérifier si les contributeur·rice·s sont toujours satisfait·e·s de leur contribution.
4. En amont du partage du contenu, pour les informer de la publication imminente (idéalement au moins une semaine d'avance).
5. 24 heures avant la publication du contenu.
6. Une semaine après la publication du contenu.
7. Un mois après la publication du contenu.
8. À tout moment lorsque le contenu est partagé dans un nouveau contexte. Autrement dit, lorsqu'il est partagé dans le cadre d'une nouvelle campagne ou activité de communication, plutôt qu'au sein de la même activité prévue initialement.

4.7 Retenir les services d'un·e pigiste pour les images

Lorsqu'on retient les services d'un·e pigiste pour la création d'images, il convient de prendre les mesures suivantes :

1. Vérifier les antécédents criminels de la personne. Cela peut prendre du temps si elle a vécu dans de nombreux pays.
2. Négocier et rédiger un contrat écrit.
3. Exiger de la personne qu'elle lise et prenne en considération les présentes lignes directrices, s'engage à les mettre en œuvre et suive une formation.

Dans la mesure du possible, des droits exclusifs devraient être convenus par contrat avec les photographes et rédacteur·rice·s externes. Si l'activité de communication comporte des risques élevés, les droits rattachés aux images et histoires doivent être la propriété exclusive de *Filles, Pas Epouses*⁹.

Les « droits conjoints » donne aux photographes et aux rédacteur·rice·s la flexibilité de publier et de reproduire les images et les histoires. En vertu de « droits conjoints », les pigistes doivent demander la permission de publier.

⁹ Le terme « droits exclusifs » signifie que les images et informations concernant les enfants, les adolescent·e·s et les jeunes produites dans le cadre de l'activité de communication sont la propriété exclusive de l'organisation qui mène cette activité et ne peuvent être publiées ni reproduites sans sa permission.

L'accord concernant les droits doit être clairement indiqué dans le contrat.

4.8 Évaluation des risques de communication

Avant de recueillir du contenu, il est recommandé de mener une évaluation des risques liés à toute activité de communication qui met en scène ou à laquelle participent des enfants, des jeunes et/ou des adultes exposé·e·s à un risque.

L'évaluation des risques doit examiner le contexte dans lequel l'activité aura lieu, les endroits où les images et/ou les histoires pourraient être publiées et les personnes qui pourraient les voir.

L'organisation qui collecte le contenu et le ou la responsable de la sauvegarde (ou l'équivalent) doivent mener cette évaluation en partenariat et convenir que tout risque a été atténué.

Parmi les risques à examiner, on compte :

- Vérifier si le personnel, les consultant·e·s et autres personnes participant aux activités de communication ont fait l'objet d'une vérification appropriée et si elles et ils comprennent comment obtenir et publier des images et des informations sur des enfants et des jeunes en toute sécurité.
- Vérifier si les activités de communication ont lieu dans un endroit approprié à un moment approprié. Par exemple, on ne doit pas retirer des enfants de l'école pour participer à des activités de communication et ces activités ne doivent pas avoir lieu dans un endroit public où des gens risqueraient d'entendre les enfants et les jeunes raconter leur histoire ou révéler des renseignements personnels.
- Vérifier si les enfants, les jeunes et les adultes exposé·e·s à un risque qui participent à l'activité de communication comprennent parfaitement les tenants et aboutissants de l'activité et ont eu l'occasion d'indiquer leur préférences en ce qui concerne les histoires à raconter, où et comment elles seront racontées et la manière dont leurs images et leurs histoires seront utilisées.
- Vérifier s'il existe des vulnérabilités ou des risques particuliers à prendre en compte. Par exemple, des enfants ou des jeunes ayant subi des violences (que ce soit dans un mariage d'enfant, à la maison familiale ou dans la communauté) ou des enfants et leurs familles ayant fui une situation de conflit ou de tensions qui ne souhaitent pas publier leur image.
- Vérifier si le lieu de l'activité présente des risques. Par exemple, une communauté ou un endroit où des conflits ou des tensions ont exposé des enfants et/ou des jeunes à un risque de préjudices ; ou un contexte dans lequel une fille qui divorce après un mariage d'enfant pourrait être la cible de réactions négatives de son partenaire, sa famille ou sa communauté.
- Vérifier si l'activité attire l'attention sur des problèmes tels que la discrimination ou la violence dans les communautés et vérifier si la publication d'images et d'informations qui établissent un lien entre des enfants ou des jeunes et ces problèmes pourrait les exposer à des risques de préjudices ou de représailles.

Veuillez vous référer à [l'annexe 2 : « Évaluation des risques de communication »](#) pour effectuer cette tâche.

4.9 Gestion des attentes

Avant de collecter du contenu, il convient d'expliquer clairement aux contributeur·rice·s potentiels les points suivants :

- Ni les contributeur·rice·s ni leurs familles n'obtiendront d'aide directe en contrepartie du partage de leur histoire. Des personnes pourraient accepter d'être interviewées par une organisation parce que celle-ci leur a offert une aide par le passé et qu'elles ont l'impression de lui « devoir » quelque chose. D'autres pourraient penser qu'elles doivent participer pour obtenir de l'aide plus tard. Il importe de bien faire comprendre aux contributeur·rice·s que ce n'est pas le cas.
- Leurs histoires pourraient ne pas être publiées du tout. Cela ne dépend pas de la qualité de l'histoire ni de la façon dont elle a été racontée, mais du choix de l'histoire qui aura le plus grand impact au bon moment.
- Les citations seront toujours rapportées textuellement, mais les histoires des contributeur·rice·s pourraient être révisées ou tronquées. Cependant, les contributeur·rice·s pourront voir le produit final et indiquer si elles et ils consentent à le partager.
- Nous respecterons les préférences des contributeur·rice·s quant à la façon d'être présenté·e·s et les mots qu'elles et ils utiliseront pour parler de leurs expériences.
- Dans le cadre d'une collaboration avec un média externe, nous aurons moins de contrôle sur la façon dont leur histoire sera racontée. L'organisation qui collecte le contenu pourra recommencer d'inclure ou de privilégier certains aspects, mais elle n'aura pas de contrôle sur le contenu final et ne pourra sans doute pas examiner le contenu avant sa publication.
- La sensibilisation du public à leur histoire risque peu de résoudre leurs problèmes personnels. Par ailleurs, le partage de leur histoire n'aura pas nécessairement d'incidence immédiate ou évidente.
- L'organisation qui effectue le reportage pourrait décider de suivre leur histoire pendant une longue période couvrant des mois ou des années. Il convient de prendre conscience qu'un tel processus pourrait mener les contributeur·rice·s ou leurs familles à s'attendre à obtenir de l'aide. Parallèlement, cette relation à long terme pourrait éveiller des soupçons chez les autres membres de la communauté. Il est essentiel de demander conseil aux équipes locales (et de communiquer efficacement avec les contributeur·rice·s) pour gérer ces relations.
- Les questions d'interview seront communiquées à l'avance, dans la mesure du possible.

4.10 Expliquer aux contributeur·rice·s comment déposer une plainte

Avant d'entamer une activité de communication, l'équipe doit mettre en place un mécanisme de plainte, dans l'éventualité où un·e contributeur·rice souhaiterait déposer une plainte au sujet du travail de communication ou d'une personne ayant participé au travail.

Au moins deux options devraient être offertes aux contributeur·rice·s, notamment :

1. L'adresse de courrier électronique et le numéro de téléphone de la personne-ressource responsable de la sauvegarde pour cette activité.

2. L'adresse de courrier électronique et le numéro de téléphone du bureau central (ou de l'équivalent). Il doit s'agir du nom et du numéro d'une personne qui ne participe pas au travail de communication, afin que les contributeur·rice·s se sentent à l'aise de déposer une plainte concernant une personne qui était sur place au moment de l'activité de communication.

Pendant la collecte du contenu

4.11 Le droit d'obtenir de l'aide

Chaque organisation doit avoir une relation continue avec ses contributeur·rice·s qui va au-delà de la simple collecte de contenu. Cela s'inscrit dans leur engagement à aider et à protéger ses contributeur·rice·s. Si un contributeur ou une contributrice exprime un besoin qui ne peut pas être comblé par les services locaux, l'organisation qui collecte le contenu doit vérifier si d'autres formes de soutien sont disponibles et lui faire savoir plus tard.

4.12 La création d'images de manière responsable

L'organisation chargée de la collecte du contenu doit tout mettre en œuvre pour connaître la situation personnelle des contributeur·rice·s avant de commencer le travail lié à leur histoire afin de pouvoir les soutenir et de limiter les risques de préjudices. Il convient de prendre le temps d'examiner les points suivants :

- À quel endroit ces personnes se sentent-elles le plus à l'aise ?
- Quels sujets pourraient exacerber leur détresse ou leurs traumatismes ?
- Pourraient-elles ou ils s'exposer à des risques physiques ? Lesquels ?
- Est-ce que des contributeur·rice·s entretiennent une relation difficile avec des membres de leur famille ou de leur communauté ? Des personnes pourraient-elles ne pas apprécier le partage de leur histoire ?

4.13 Mettre en œuvre les choix des contributeur·rice·s

Utilisez la liste de vérification suivante pour respecter les préférences des contributeur·rice·s en matière de collecte de contenu :

- S'assurer que les contributeur·rice·s savent qu'elles et ils sont libres de porter les vêtements de leur choix.
- Veiller à ce que les contributeur·rice·s puissent signaler leurs préférences quant à l'endroit où sera partagée leur histoire. Cela pourrait signifier trouver un endroit discret où parler. Si cela n'est pas possible, le partage de l'histoire pourrait devoir être reporté ou annulé.
- S'assurer du confort physique des contributeur·rice·s. Par exemple, les contributeur·rice·s peuvent s'asseoir confortablement à l'abri du soleil et de la pluie, ont de l'eau à boire et sont à une distance raisonnable de l'intervieweur·se.
- Faire savoir aux contributeur·rice·s qu'on peut prendre une pause, voire de nombreuses pauses, chaque fois qu'elles et ils le souhaitent.
- Faire savoir aux contributeur·rice·s qu'il n'est pas obligatoire de répondre à une question. C'est leur droit et il sera respecté.

- Reconnaître que parfois, les gens s'assombrissent au moment de raconter leurs expériences. Dans un tel cas, il convient de faire une pause et de donner à la personne interviewée le temps de réfléchir à ce qu'elle a partagé.
- Arrêter immédiatement l'interview ou l'enregistrement vidéo/photo si les contributeur·rice·s en expriment le souhait.
- Se comporter comme les contributeur·rice·s. Par exemple, s'asseoir ou rester debout selon leur choix.
- Ne jamais parler seul·e avec un·e contributeur·rice (sauf au téléphone).
- Déterminer ce qui est approprié dans le contexte culturel et modifier son approche pour tenir compte de ces considérations.
- Demander aux contributeur·rice·s si elles ou ils aimeraient être accompagné·e·s d'un·e ami·e au moment du partage de leur histoire.
- Montrer **tout** le contenu collecté dès la fin du processus de collecte de contenu et faire savoir à la personne interviewée qu'elle peut exiger le retrait de certaines parties, voire de l'ensemble du contenu.

4.14 Mener des interviews de façon réfléchie

Voici une série de recommandations pour mener des interviews de façon respectueuse.

- Ne pas poser de questions directes sur des événements traumatisants vécus par la personne interviewée. Si cette dernière mentionne de tels événements, l'intervieweur·se doit écouter attentivement sans demander plus de détails et laisser la personne décider ce qu'elle veut raconter et comment.
- Dans les cas où un parent ou le partenaire exige d'être présent lors de l'interview, l'intervieweur·se doit considérer avec attention l'influence possible sur les questions prévues et les éventuelles réponses de la personne interviewée. Si des questions risquent de la placer dans une position délicate par rapport à ses parents ou son partenaire, elles sont à proscrire. Il convient de discuter des questions potentiellement délicates avec un membre du personnel qui travaille avec la personne interviewée avant d'organiser l'interview.
- Il ne devrait pas y avoir plus de deux personnes lors de l'interview, normalement l'intervieweur·se, un·e interprète (le cas échéant) et/ou un·e travailleur·se social·e/une personne qui appuie la fille, l'adolescente ou la jeune femme. Aucune partie externe (p. ex., un bailleur de fonds) ne doit être présente lors d'une interview.
- Poser des questions ouvertes plutôt que des questions fermées. Par exemple, « Comment vous êtes-vous sentie dans cette situation ? » plutôt que « Aviez-vous peur ? ».
- Ne pas chercher à « remonter le moral ». Respecter les sentiments des contributeur·rice·s et ne pas leur demander de réprimer ces sentiments.
- Ne pas dire « Oui, je sais, ça m'est arrivé à moi aussi », un commentaire qui peut marquer la désaffection et ne plus donner l'envie de raconter son histoire.
- Ne pas pousser la personne interviewée à aller plus vite. La laisser prendre le temps nécessaire pour raconter son histoire comme elle l'entend.

- Une fois l'interview terminée, répéter l'histoire à la personne interviewée pour l'aider à prendre conscience de ce qui a été dit et corriger toute erreur. Cela doit être fait avec attention et sensibilité, sans dramatisation ni jugement.
- Demander à la personne interviewée si elle aimerait qu'on l'aide à contacter une personne avec qui elle aimerait parler.
- Terminer l'interview par une question positive sur la vie de la personne interviewée. Par exemple, son plat préféré, ce qu'elle aime faire en dehors de l'école, son émission de télévision préférée.
- Dire merci, peu importe ce qui est arrivé. S'assurer que la personne interviewée n'a pas l'impression de « ne pas avoir été à la hauteur ».
- Veiller à ne pas faire de promesse qu'on ne peut pas tenir, par exemple : « Je vais faire en sorte de vous trouver de l'aide bientôt » ou « Je suis certain·e que les choses vont s'améliorer ».
- Laisser la personne interviewée dicter l'orientation de l'interview. Écouter même si elle raconte des histoires qui pourraient ne pas sembler pertinentes. Elle partage ses expériences et cela est important pour elle. Si le langage corporel de la personne suggère l'ennui ou l'inconfort, il convient de prendre une pause ou même d'arrêter l'interview.
- Ne jamais demander à un·e enfant, un·e adolescent·e ou une jeune personne de répéter et répéter son histoire à différentes personnes, par exemple des journalistes ou des personnalités importantes. Cela augmente le risque de sévices psychologiques et peut lui donner l'impression d'être exploité·e.
- Si une personne raconte avoir des pensées suicidaires, « être au bord du gouffre » ou songer à se faire mal, ou être en détresse au point de ne pas pouvoir accomplir de tâches quotidiennes, elle ne doit pas être interviewée et on doit l'orienter vers le soutien approprié.

4.15 Découverte d'activités illégales

Lorsque des activités illégales sont mises à jour dans le contexte d'une interview ou de la collecte de contenu, le personnel de la sauvegarde et de la sécurité doit aussitôt en être avisé et ses conseils doivent être suivis. La police ne doit pas être contactée immédiatement, mais pourrait devoir l'être ultérieurement selon les activités en question.

4.16 Travailler avec des interprètes

Certaines activités de communication peuvent nécessiter les services d'un·e interprète. Cette personne peut être un·e membre du personnel ou un·e contractant·e externe. Dans la mesure du possible, les interprètes doivent se sentir à l'aise avec la personne interviewée et comprendre sa situation.

Dans le cas d'interprètes externes, leur devis doit prévoir le temps consacré à la collecte de contenu et une journée additionnelle après l'interview pour appuyer la traduction exacte des sous-titres, des études de cas, etc.

Voici les responsabilités de l'interprète :

- Signaler immédiatement toute inquiétude concernant le bien-être de la personne interviewée que l'équipe pourrait ne pas avoir remarquée.
- Lire les présentes lignes directrices et la planification de contenu. Comprendre l'objectif de la collecte de contenu et le parcours des contributeur·rice·s potentiel·le·s et leur situation.
- Être disponible pour une rencontre avec l'équipe de collecte de contenu avant le début de l'exercice.
- Être culturellement et politiquement sensible à l'environnement et à l'histoire qui est traduite.
- Traduire les phrases intégralement, sans jamais abréger les déclarations.
- Traduire précisément et directement en tout temps, peu importe à quel point les réponses semblent difficiles, erronées ou inappropriées.

4.17 Cadeaux, paiement des dépenses et indemnisations des contributeur·rice·s

- Les personnes qui participent à la collecte de contenu ne doivent jamais donner de cadeau directement aux contributeur·rice·s, y compris de l'argent, des objets et des dons en nature.
- Il est également recommandé de ne pas accepter de cadeaux des contributeur·rice·s ou de leur communauté lorsque c'est possible et culturellement approprié. Les contributeur·rice·s pourraient avoir des biens et des ressources limités. Aussi, les équipes du contenu devraient expliquer qu'elles ne sont pas autorisées à accepter de cadeaux ni de produits comestibles, sauf de petits rafraîchissements.
- Une compensation doit être payée si le processus de collecte de contenu occasionne des coûts pour les contributeur·rice·s ou la communauté. Par exemple, si une maison doit être chauffée pendant la collecte du contenu en dehors des heures normales, les frais de chauffage doivent être remboursés ; si des repas sont pris aux frais des contributeur·rice·s, le coût des repas doit être remboursé ; ou si les contributeur·rice·s ont perdu une journée de salaire pour participer à l'exercice, leur tarif journalier doit être remboursé.
- Lorsqu'une compensation est payée, la raison du paiement doit être clairement indiquée. Idéalement, un reçu démontrerait que les contributeur·rice·s n'ont pas été payé·e·s pour avoir partagé leur histoire, mais pour des dépenses spécifiques occasionnées par l'exercice.
- Ces fonds doivent être prévus au budget de collecte de contenu dès le début du processus.

Après la collecte du contenu

4.18 Histoires composites

Une « histoire composite » est la combinaison d'expériences de diverses personnes présentées comme si elles constituaient l'expérience d'un seul individu. Cette pratique n'est pas éthique : l'histoire n'est pas authentique, elle peut tromper le public et cacher ou modifier l'histoire des contributeur·rice·s d'origine.

4.19 Images de photothèques

Lorsqu'aucune image originale n'est disponible, il pourrait être nécessaire d'acheter ou d'acquérir des images de photothèques. Dans un tel cas, la légende suivante doit accompagner l'image : « Source : photothèque [*inscrire le nom de la source*] ». De cette manière, l'image ne sera pas prise pour une photo de personnes figurant dans l'histoire. Toutes les informations concernant les créateur·rice·s et la licence de l'image doivent également être indiquées.

4.20 Procédure d'approbation finale

La procédure d'approbation finale sera différente selon l'endroit et la personne qui crée le matériel de communication. Cependant, peu importe les modalités, les contributeur·rice·s et les équipes nationales doivent pouvoir ajouter leurs commentaires lors de cette procédure.

Contributeur·rice·s

- Dans la mesure du possible, le contenu final ou post-montage doit être partagé avec les contributeur·rice·s pour s'assurer qu'elles et ils approuvent de la façon dont leur histoire est racontée.

Équipes nationales

- Le contenu qui fait référence à une région ou à un pays en particulier doit être approuvé par le personnel en poste à cet endroit avant d'être utilisé.
- Le contenu créé par des organisations partenaires ou en collaboration avec elles doit être approuvé par ces organisations avant d'être utilisé.
- Après la collecte de matériel, les documents écrits, les photos et les enregistrements vidéo doivent être envoyés au point de contact de l'équipe nationale ou de l'organisation partenaire. Le point de contact évaluera l'histoire et l'approuvera ou non selon son évaluation des risques pouvant peser sur les contributeur·rice·s et les programmes mentionné·e·s.

4.21 Transmettre du contenu aux contributeur·rice·s, y compris des images

Dans la mesure du possible, des fichiers et/ou des versions imprimées des images doivent être transmis aux contributeur·rice·s.

En effectuant un suivi auprès des contributeur·rice·s et en leur envoyant du contenu et/ou des images, on remédie aux enjeux concernant les attentes, la redevabilité, le devoir de diligence et le consentement. Plus particulièrement :

- Faire preuve de respect et de reconnaissance envers les contributeur·rice·s et leur contribution.
- Calmer toute anxiété engendrée par l'incertitude liée au contenu et à sa diffusion.
- Faciliter la gestion des attentes, dont certaines attentes suscitées par l'intérêt initial envers la vie des contributeur·rice·s au moment de la collecte du contenu.
- Vérifier si les contributeur·rice·s vont bien et remplir nos engagements en matière de suivi des personnes ayant contribué à l'histoire ou aux images.
- Vérifier si les contributeur·rice·s apprécient la manière dont leur image et leur histoire ont été utilisées et si elles et ils consentent à les publier.

4.22 Personnes qui collectent et créent des histoires : prise en charge personnelle

Le travail auprès de personnes ayant subi un mariage d'enfant ou d'autres formes de violence peut provoquer des traumatismes, une dépression ou un épuisement professionnel chez les collègues du domaine de la communication et des médias (ainsi que leurs interprètes). Comme il s'agit d'une question sensible, ces personnes pourraient également être confrontées à l'hostilité de leur famille ou de membres de leur communauté en désaccord avec les histoires racontées. Voici comment pallier ces risques :

- Dès le début du processus de collecte de contenu, être réaliste quant à ce qui peut être accompli.
- Prendre des pauses régulières entre les interviews ou les visites pour réfléchir à ces expériences.
- Porter attention à ses émotions et à sa santé, bien manger, faire de l'exercice, bien dormir et prendre conscience de tout éloignement des comportements habituels.
- Parler à des ami·e·s ou des proches et/ou exprimer ses expériences par écrit ou par un autre moyen pour surmonter l'expérience vécue lors de la collecte de contenu.
- Demander de l'aide.

4.23 Réfléchir et tirer des enseignements

Malgré notre emploi du temps chargé, nous devons prendre le temps de réfléchir, de nous pencher sur nos échecs et de tirer des enseignements de nos actions. Après chaque exercice de collecte de contenu, il convient d'organiser une réunion de réflexion pour discuter des points suivants :

1. La collecte de contenu s'est-elle déroulée conformément aux lignes directrices de la communication éthique ?
2. Avons-nous été en mesure d'obtenir un consentement ? Dans la négative, pour quelle raison ? Qu'aurions-nous pu faire différemment ?
3. Avons-nous respecté toutes les mesures pratiques de la section sur la production de matériel de communication ? Dans la négative, pour quelle raison ? Qu'aurions-nous pu faire différemment ?

Les enseignements tirés doivent être enregistrés, conservés et partagés avec les membres et partenaires pertinent·e·s de l'équipe. Le cas échéant, il convient de modifier le présent

document pour veiller à ce qu'il reflète les nouveaux enseignements. Voir la section sur l'engagement continu à la p. 65.

4.24 Liste de vérification pour la production de matériel de communication

	Action	Ressources	Effectuée (oui/non)
Participation à la planification	Préparer une équipe appropriée.		
	Examiner les directives sur la collaboration avec des tiers.		
Avant la collecte d'une histoire	Effectuer une évaluation des risques de communication.	Évaluation des risques de communication	
	Répartir les rôles et les responsabilités au sein de l'équipe.		
	Former l'équipe sur le respect des présentes lignes directrices.	Diapositives de formation	
	Préparer le suivi des contributeur·rice·s.		
	Engager un·e concepteur·rice d'images (le cas échéant).	Contrat des concepteur·rice·s d'images	
Pendant la collecte d'une histoire	Déterminer quels types de soutien les contributeur·rice·s pourraient nécessiter.		
	Préciser la situation personnelle des contributeur·rice·s et déterminer leurs préférences pour la collecte du contenu.		
	Mettre en œuvre les choix des contributeur·rice·s.		
	Mener une interview responsable.		
	Gérer les attentes des contributeur·rice·s.		
	Verser toute compensation nécessaire.		
Après la collecte d'une histoire	Montrer le contenu aux contributeur·rice·s aux fins de commentaires et d'approbation.		
	Transmettre le produit final aux contributeur·rice·s.		
	Prendre soin de soi-même.		
	Réfléchir et tirer des enseignements.		

Section 5 : distribution et stockage

Explication

La manière dont les histoires sont stockées et partagées s'inscrit dans la communication éthique parce que l'histoire d'une personne peut avoir une incidence sur sa vie aujourd'hui et dans les années à venir. En ayant une procédure éthique en place, on s'assure que des histoires largement diffusées sont utilisées et réutilisées uniquement aux fins prévues.

Convenablement exécutée, cette procédure protégera les renseignements personnels des collaborateur·rice·s et assurera le respect de leurs souhaits. Elle peut également favoriser le respect des contrats avec les personnes ou les organisations externes qui ont créé le matériel de communication ou ont contribué à sa création.

Modalités pratiques

5.1 Importance des informations générales dans les métadonnées

5.2 Légendes d'images

5.3 Crédits d'images

5.4 Utilisation de documents multimédias achetés sur une photothèque (achat auprès d'un tiers)

5.5 Envoi d'histoires à des tiers (médias et bailleurs de fonds)

5.6 Manipulation d'images : recadrage, changement de la couleur, retournement, montage, retouches

5.7 Retrait d'une histoire : durée

5.8 Retrait d'une histoire : risques

5.9 Protection des données

5.1 Importance des informations générales dans les métadonnées

La confidentialité et les préférences des contributeur·rice·s constituent une priorité absolue, tout comme l'engagement à respecter les lois et politiques en matière de protection des données.

Les images enregistrées doivent être accompagnées de légendes, idéalement dans les métadonnées de la photo. Tout enregistrement vidéo doit être accompagné de registres clairs, et tout matériel écrit lié au matériel multimédia. Ces registres doivent refléter le contexte dans lequel le contenu a été collecté.

5.2 Légendes d'images

Plus la légende d'une image en explique le contexte, plus elle suscitera un sentiment d'humanité partagée avec la ou les personnes sur l'image. Dans la mesure du possible, une image devrait toujours être accompagnée d'une légende, même s'il est nécessaire d'utiliser un « survol d'image » (la légende apparaît dans une fenêtre contextuelle au passage du curseur) dans le cas d'une image numérique.

La légende doit inclure le nom (ou le pseudonyme) de la personne, mentionner l'endroit où elle se trouve et décrire ce qui se passe dans l'image, tout en tenant compte du triangle du risque pour ne pas révéler de données confidentielles.

5.3 Crédits d'images

Les images provenant d'une photothèque ou d'un-e professionnel-le doivent être publiées accompagnées de leurs crédits. Normalement, l'accord de licence exigera la publication de ces crédits.

5.4 Utilisation de documents multimédias achetés sur une photothèque (achat auprès d'un tiers)

Il peut parfois s'avérer nécessaire d'acheter des images (des photos ou séquences vidéo) d'une photothèque. La personne qui achète l'image devrait :

- négocier un prix (si le prix n'est pas fixé d'avance) ;
- convenir d'une période et d'une raison pour l'utilisation de l'image ;
- s'assurer que l'image provient d'une source de confiance et vérifiable (par exemple, une agence réputée) ;
- veiller à ce que l'image soit accompagnée du consentement des personnes qui y figurent ;
- s'assurer de recevoir l'ensemble des légendes et des renseignements de consentement au moment de l'achat ;
- s'assurer de convenir des droits d'auteur·rice et des droits de diffusion appropriés ;
- vérifier si d'autres organisations ont acheté l'image, de manière à éviter de publier une image déjà utilisée par d'autres organisations à d'autres fins ;
- s'assurer que le contenu est utilisé judicieusement et reflète la situation décrite ;
- s'assurer que l'image n'est pas utilisée parallèlement à l'histoire d'une autre personne, ce qui pourrait donner l'impression que l'histoire porte sur la personne de la photo ;
- s'assurer que l'image respecte les principes de la matrice pour la prise de décisions éditoriales à la p. 11.

Si l'image d'une personne identifiable ne respecte pas ces normes, on ne doit pas l'acheter. Dans les rares occasions où une image qui ne respecte pas ces normes doit être achetée, il ne doit y avoir aucun individu identifiable dans l'image.

Lorsqu'une image de photothèque est utilisée parallèlement à une histoire sur un sujet délicat comme le mariage des enfants, les mutilations génitales féminines ou la violence basée sur le genre, l'identité des personnes sur la photo **doit** être entièrement dissimulée. Même si la personne sur l'image ou ses parents, tuteurs ou tutrices ont consenti à ce que l'image soit utilisée dans de nombreux contextes, le jumelage de la photo à un sujet aussi délicat pourrait entraîner des conséquences négatives et il convient d'éviter tout risque en ce sens.

5.5 Envoi d'histoires à des tiers (médias et bailleurs de fonds)

Les histoires et images stockées doivent également contenir des informations précisant si elles peuvent être envoyées à des tiers. Les histoires et images envoyées à des tiers doivent être accompagnées de l'ensemble des légendes et crédits d'images, de toute condition d'utilisation additionnelle et d'une notice précisant que les histoires doivent être utilisées respectueusement, correctement et conformément aux renseignements généraux qui auront été fournis, notamment en ce qui concerne le respect de la durée d'utilisation.

Afin de s'assurer que les tiers utilisent les images de manière responsable, on peut leur transmettre la déclaration suivante :

Ces images sont des œuvres protégées par des droits d'auteur·rice ou des droits d'utilisation appartenant à *[inscrire le nom de l'organisation]*. Elles sont transmises à *[inscrire le nom de l'organisme tiers]* aux fins de *[inscrire le but du partage des images ; la description doit être détaillée et inclure les endroits où les images devraient être utilisées et la durée de leur utilisation]*. Si votre organisation souhaite utiliser ces images à toute autre fin, vous devez nous joindre pour en obtenir la permission au moins sept jours avant leur utilisation.

Sachez que, dans le cadre de notre procédure de consentement éclairé, toute personne qui partage une histoire avec nous peut retirer son consentement à tout moment. Dans un tel cas, vous serez contacté·e et devrez veiller à tout mettre en œuvre pour retirer ces images de la circulation et à ne plus les utiliser sous aucun prétexte. En cas de non-respect de cette exigence, vous pourriez exposer les personnes sur les images à des risques considérables.

5.6 Manipulation d'images : recadrage, changement de la couleur, retournement, montage, retouches

Le recadrage et la retouche d'images doivent respecter les directives ci-dessous. Toute manipulation plus importante d'une image est contraire à l'éthique, puisqu'elle modifie l'accord de consentement éclairé. Une telle manipulation risque également de mener les sympathisant·e·s de cette organisation et le grand public à douter de l'authenticité des documents qu'elle publie, minant sa crédibilité.

- L'idée véhiculée par une photographie ne doit pas non plus être modifiée par un recadrage qui tronque des parties importantes. Par exemple, l'image d'une fille et de sa sœur pourrait avoir un plus grand impact ou s'insérer plus facilement dans une maquette en tronquant certains éléments négligeables de l'arrière-plan. Cependant, il n'est pas acceptable de tronquer entièrement la sœur, faisant paraître la fille plus vulnérable qu'elle ne l'est en réalité.
- De légères altérations de la couleur sont acceptables, par exemple une correction des nuances de couleur. Des altérations plus importantes de la couleur sont uniquement acceptables si elles ne changent pas l'idée véhiculée par l'image.
- Il est acceptable de retourner l'image sur elle-même, pourvu que cela ne change pas la signification de l'image. Cependant, si cette même image est utilisée dans d'autres documents, le public pourrait remarquer qu'elle a été retournée, l'amenant à douter de l'honnêteté et de l'authenticité du matériel de communication de cette organisation.
- Tout montage vidéo doit demeurer fidèle à l'histoire présentée par les contributeur·rice·s. L'enregistrement ne doit pas être monté d'une manière qui altère le récit d'origine.

- Pour des raisons de protection, les images doivent parfois être retouchées afin de masquer des signes distinctifs comme l’insigne d’une école, un nom ou toute autre caractéristique permettant d’identifier une personne exposée à un risque. De telles retouches sont acceptables, comme elles limitent les risques liés à la sauvegarde.
- Le contenu créé à l’étape de post-production doit respecter la matrice de la prise de décisions éditoriales à la p. 11.

5.7 Retrait d’une histoire : durée

Il convient de retirer toute histoire de la circulation après un maximum de trois ans (ou au moment où les contributeur·rice·s atteignent l’âge de 18 ans), sauf en cas de renouvellement du consentement. En voici les raisons :

- Après trois ans, la personne de l’histoire n’est sans doute plus dans la même situation de vie que celle représentée sur les images ou dans le matériel.
- Les contrats d’utilisation avec les créateur·rice·s des images sont sans doute arrivés à échéance.
- Dans le cas d’une fille qui atteint la majorité, il pourrait s’agir d’une obligation juridique.

Il y a une exception à cette règle : les histoires à long terme pour lesquelles on suit les contributeur·rice·s pendant plus de trois ans, ou lors d’un retour sur un événement historique.

5.8 Retrait d’une histoire : risques

Lorsqu’un contexte change, des personnes qui n’étaient pas menacées par le partage de leur histoire pourraient soudainement l’être.

Par exemple : des histoires de femmes au travail en Afghanistan après le retour au pouvoir des talibans en 2021 ; une personne LGBTQI+ dans un pays où on fait état de récentes lois ou manifestations contre les personnes LGBTQI+ ; ou des gens qui demandent asile dans un pays qui a récemment durci sa législation en matière d’asile.

Dans de tels cas, ces histoires doivent être retirées immédiatement de la circulation pour protéger les personnes exposées à un risque de préjudices.

Section 6 : engagement continu

Explication

Pour être utiles, les présentes lignes directrices (ainsi que toute version locale qui s'en inspire) doivent être examinées et modifiées sur une base régulière et l'ensemble du personnel responsable de la création de matériel de communication doit les maîtriser et les appliquer. Afin de préserver la validité des présentes lignes directrices, il pourrait être utile de prendre les mesures qui suivent.

Modalités pratiques

6.1 Formation

6.2 Examen annuel

6.3 Modifications ponctuelles

6.1 Formation

Une formation sur le respect des présentes lignes directrices doit être offerte au personnel concerné sur une base régulière. Le personnel formé doit utiliser ces lignes directrices dans le cadre de son propre travail, promouvoir leur utilisation à l'échelle organisationnelle et faire part de tout exemple de bonne ou de mauvaise pratique avec ses collègues de la communication. Il doit également contribuer à l'amélioration continue des lignes directrices au moyen des modifications ponctuelles et du processus d'examen annuel décrit ci-dessous.

6.2 Examen annuel

Il convient de mener un examen annuel du matériel de communication pour réfléchir à nos expériences et en tirer des enseignements. Idéalement, cette procédure devrait aller comme suit :

1. Prévoir une demi-journée pour l'examen.
2. Inviter l'ensemble du personnel de la communication, le Groupe consultatif des filles et des jeunes femmes et toute autre personne participant à la création de matériel de communication, y compris les collègues d'autres équipes et départements, les partenaires et les contractant·e·s externes régulier·ère·s.
3. Sélectionner une série d'exemples de matériel de communication de la dernière année. Il pourrait s'agir de trois à dix exemples pour chaque plateforme de diffusion (réseaux sociaux, site Web, médias, etc.).
4. Imprimer les exemples, préparer leur diffusion sur un écran ou créer un espace en ligne pour les consulter.
5. Examiner les exemples en groupe à la lumière des présentes lignes directrices.
6. Analyser ce qui a bien fonctionné et ce qui a posé problème.
7. Prendre note des principales conclusions et créer des objectifs et des actions mesurables.
8. Associer ces actions à des postes et à des rôles au sein du personnel.

9. Dans le cas où une version locale des présentes lignes directrices est utilisée, les modifier directement. Dans le cas où le présent document est utilisé, partager les recommandations avec *Filles, Pas Epouses* aux fins de modifications.
10. Republier et communiquer les changements.

6.3 Modifications ponctuelles

Les présentes lignes directrices devront être légèrement modifiées tout au long de l'année de manière à refléter le travail effectué dans de nouveaux contextes, de nouvelles méthodes de travail et les enseignements tirés d'expérimentations.

Filles, Pas Epouses s'engage à apporter des modifications mineures au fil de l'évolution des enseignements tirés par nos organisations membres, nos partenaires et nos sympathisant·e·s de manière à conserver l'aspect évolutif du présent document.