

2020

# YOUTH CHAMPIONS PROGRAM



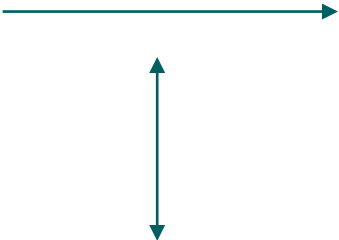
*5th Webinar – April 23<sup>th</sup>  
5ème webinaire - 23 avril*



# Key concepts clés

**Societies are contradictory and conflictive / Les sociétés sont contradictoires et conflictuelles**

**Different groups with different values & interests / Des groupes différents avec des valeurs et des intérêts différents**



**Conflict / bargaining  
Conflit / négociation**

**Power  
pouvoir**

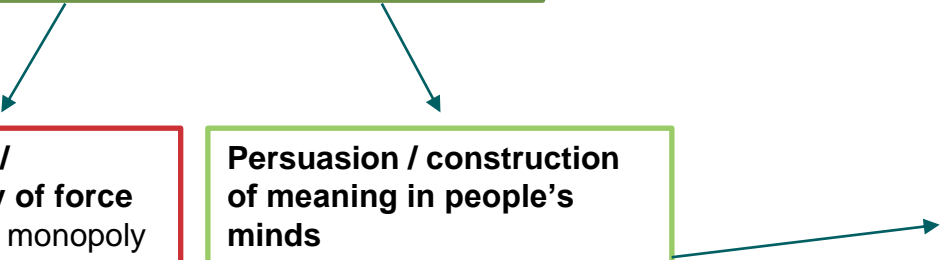
**Counterpower(s)  
Contre-pouvoir(s)**



**Coercion / monopoly of force  
Coercion / monopoly of force**

**Persuasion / construction of meaning in people's minds  
Persuasion / construction de sens dans l'esprit des gens**

**Communication**



# Sharing & Communication

## Through The Ages



**1 Cave Paintings**  
France, 30,000 BC  
Who doesn't love a cave painting? Created to communicate, themes included animals and symbols for early man.



**2 Pictograms**  
China & Egypt, 5000 BC  
Pictograms and ideograms represented a concept, object or activity, and led to Egyptian hieroglyphs and Chinese characters.



**3 Carrier Pigeons**  
Greece, 776 BC  
OK, pigeons are disease-ridden, but they're great with directions, and rather load bearing, according to the Ancient Greeks.



**4 First Postal Service**  
Persia, 550 BC  
Persian King Cyrus the Great created the first Postal Service - which handily doubled as data and tax gathering as well.



**5 The Marathon Man**  
Greece, 530 BC  
Ancient Greek Pheidippides ran 150 miles in two days (with no trainers!) to announce the Greek victory over Persia.



**6 Heliographs**  
Rome, 37 AD  
Roman Emperor Tiberius sent coded orders daily by heliograph to the mainland from his island, Capri. Alright for some!



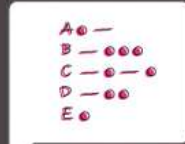
**7 Paper**  
China, 105 AD  
Tsai Lun of China took the inner bark of a mulberry tree, added water, pounded it a lot - and voila, paper was invented!



**8 Town Crier/Bellman**  
The UK, 1540 AD  
What did Town Criers tell the illiterate masses? Royal proclamations, local bylaws and - of course - local business adverts.



**9 Daily Newspaper**  
Germany, 1650 AD  
The first daily was the 'Einkommende Zeitung' published in Leipzig. 1650. The first English daily was the daily Courant, 1702.



**10 Morse Code**  
The USA, 1835 AD  
American Samuel Morse invents Morse code, a series of on/off clicks, tones or lights. Great (and disastrous) for the navy!



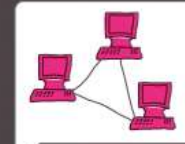
**11 Telephone**  
The USA, 1876 AD  
Scottish engineer Alexander Graham Bell patents the electric telephone. No camera or apps, but exciting nonetheless!



**12 First Transatlantic Signal**  
Cornwall to Newfoundland, 1902 AD  
Italian inventor Guglielmo Marconi transmits the first radio signal to travel the Atlantic Ocean.



**13 1st TV Broadcast**  
Great Britain, 1927 AD  
Scottish inventor John Logie Baird transmitted the first television signal. Finally, something to point our sofas towards!



**14 ARPANET Launched**  
The USA, 1969 AD  
The Advanced Research Projects Agency Network was the precursor network to what we now know as the global Internet.



**15 WWW**  
USA, 1994 AD  
American government releases control of the Internet and the world wide web is born - hello light speed news and online shopping!



**16 AIM**  
USA, 1997 AD  
AOL pioneered Internet chat with AIM (AOL Instant Messenger) in 1997. Now we could all safely talk to total strangers!



**17 Blogging**  
USA, 1999 AD  
Everyone gets a voice - the launch of Blogger.com and LiveJournal in 1999 led to a blogging explosion across the Internet.



**18 Facebook**  
USA, 2004 AD  
Bored Harvard student Mark Zuckerberg created Facebook. Today it has an estimated 850 million users. Like?



**19 YouTube**  
USA, 2005 AD  
YouTube broke ground in user-generated content, with users uploading videos across the Internet. Totally viral, right?



**20 Twitter**  
USA, 2006 AD  
What can you really say in 140 characters? A lot, according to Twitter's 350m+ users - it's a micro-blogging masterclass.



**Technological changes:  
telecommunications and  
transportation**

**Starting on the 19<sup>th</sup> Century,  
accelerated after the '1950s**

Changements technologiques :  
télécommunications et transports: à  
partir du XIXe siècle, le mouvement  
s'est accéléré après les années 1950.

**Recently: Rise of mass self-communication  
(Social media)**

Récemment: L'essor de l'auto-communication de  
masse (médias sociaux)

**Movements and engaged citizens use both social  
media & traditional media to be a counterpower**

Les mouvements et les citoyens engagés utilisent à la fois  
les médias sociaux et les médias traditionnels comme  
contre-pouvoir

**Globalization / Network society  
Mondialisation / Société en réseau**

**A society whose social structure is made up of networks powered by micro-  
electronics-based information and communications technologies**

Une société dont la structure sociale est constituée de réseaux alimentés par des  
technologies de l'information et des communications basées sur la micro-électronique

**Exclusion and power imbalances  
Exclusion et déséquilibres de pouvoir**

Movements and engaged citizens use both social media & traditional media to be a counterpower

Les mouvements et les citoyenNEs engagéEs utilisent à la fois les médias sociaux et les médias traditionnels comme contre-pouvoir

Then, sometimes, if there is critical mass, there will be the development of strategie(s), organization(s), policies...

Puis, parfois, s'il y a une masse critique, il y aura l'élaboration de stratégie(s), d'organisation(s), de politiques...

**\* Movements can also be contradictory and conflictive**

Les mouvements peuvent également être contradictoires et conflictuels

It all starts with an emotion of rage, or fear and/or hope, or enthusiasm about something

Tout commence par une émotion de rage, ou de peur et/ou d'espoir, ou d'enthousiasme pour quelque chose.

**(Think about the global challenge that you care more about, probably you want to improve or transform an unjust situation)**

(Pensez au défi mondial qui vous tient le plus à cœur, vous voulez probablement améliorer ou transformer une situation injuste)

# Concepts : to know more / pour en savoir plus



**We have shared concepts from one approach to social media, social movements and communications. There are many others. If you would like to know more about the framework of the network society and the work of Manuel Castells, these links will be useful**

Nous avons partagé des concepts issus d'une même approche des médias sociaux, des mouvements sociaux et des communications. Il y en a beaucoup d'autres. Si vous souhaitez en savoir plus sur le cadre de la société en réseau et le travail de Manuel Castells, ces liens vous seront utiles :

## English:

- <https://www.theguardian.com/commentisfree/video/2013/mar/25/manuel-castells-political-cyberspace-video>
- <https://blogs.loc.gov/loc/2012/12/inquiring-minds-scholar-manuel-castells-on-social-movements/>

## Français:

- <https://www.telerama.fr/idees/contestation-les-reseaux-de-la-colere,100657.php>
- <http://www.slate.fr/tribune/82519/pouvoir-de-la-communication>

# Social media in practice / médias sociaux en pratique





# Social media: targeting audiences / Médias sociaux : cibler les publics

When identifying stakeholders, it can be useful to create profiles around the following criteria :

- Demographics– race, gender, ethnicity, age, education, religion.
- Geography– local, national, international, remote, urban, rural.
- Attitudes– how do they perceive the issue, how proactive are they? What would it take to get them to take action?
- Media habits – what media do they have access to, use and like?
- Culture– what is their cultural background, what languages do they speak or read?

Lors de l'identification des parties prenantes, il peut être utile de créer des profils autour des critères suivants:

- Démographie - race, sexe, ethnicité, âge, éducation, religion.
- Géographie - locale, nationale, internationale, éloignée, urbaine, rurale.
- Attitudes- comment perçoivent-ils le problème, dans quelle mesure sont-ils proactifs ? Que faudrait-il pour les inciter à agir ?
- Habitudes médiatiques - quels sont les médias auxquels ils ont accès, qu'ils utilisent et qu'ils aiment ?
- Culture - quel est leur bagage culturel, quelles langues parlent-ils ou lisent-ils ?



## To know more:

<https://howto.informationactivism.org/content/what-are-you-trying-say-frame-your-message.html>

# Targeting example / Exemple de ciblage



**Chile 2011. The issue is the high cost of quality education and inequality.** In order to have the critical mass necessary to push the government to pass an education reform, we need to engage and mobilize adults - the parents of the students nationwide.

- **Demography:** adults, parents of students.
- **Attitudes:** they feel that students are entitled and that they just defend their own interests.
- **Media habits:** they follow traditional media mostly, but social media (Facebook and Twitter) start to be popular.
- **Culture:** they grew up in a repressive culture during the dictatorship and they are afraid of speaking their minds.

**Chili 2011. Le problème est le coût élevé d'une éducation de qualité et l'inégalité.** Afin d'avoir la masse critique nécessaire pour pousser le gouvernement à adopter une réforme de l'éducation, nous devons engager et mobiliser les adultes - les parents des étudiants - dans tout le pays.

- **Démographie :** adultes, parents d'élèves.
- **Attitudes :** ils estiment que les étudiants sont des "enfants gâtés" et qu'ils ne font que défendre leurs propres intérêts.
- **Habitudes médiatiques :** ils suivent surtout les médias traditionnels, mais les médias sociaux (Facebook et Twitter) commencent à être populaires.
- **Culture :** ils ont grandi dans une culture répressive pendant la dictature et ont peur de dire ce qu'ils pensent.



# Targeting example / Exemple de ciblage



No hay futuro sin educación pública y de calidad (Video 2 de 2)

9 years ago | More

 **Reforma Educativa** [+ Follow](#)

▶ 21.6K  23  2  1

 Share



# Social media: drafting effective messages / Médias sociaux : rédiger des messages efficaces

## An effective message should:

- Be simple and explain the cause clearly, without ambiguities.
- Emphasise the critical importance of the cause.
- Tell people something new, something they have not yet thought about.
- Be engaging, interesting, perhaps even shocking.
- Articulate the need to take action, and provide a solution.

## Un message efficace devrait :

- Être simple et expliquer la cause clairement, sans ambiguïté.
- Souligner l'importance cruciale de la cause.
- Dire aux gens quelque chose de nouveau, quelque chose auquel ils n'ont pas encore pensé.
- Être engageant, intéressant, voire choquant.
- Exprimer la nécessité d'agir et fournir une solution.



## To know more:

[https://howto.informationactivism.org/  
content/who-are-you-talking-know-  
your-audience.html](https://howto.informationactivism.org/content/who-are-you-talking-know-your-audience.html)

# Effective message example / Un exemple de message efficace





# Effective message example / Un exemple de message efficace



How the “ALS Ice Bucket Challenge” was effective:

- **Be simple and explain the cause clearly, without ambiguities:** ALS disease research and prevention
- **Emphasise the critical importance of the cause:** more research is needed to avoid more people dying
- **Tell people something new, something they have not yet thought about:** the disease was fairly unknown to the public
- **Be engaging,** interesting, perhaps even shocking: no one expects famous people taking an ice bath on social media
- **Articulate the need to take action, and provide a solution:** you can join the movement by making a donation and/or recording a video. Then you have to nominate three other people to do it.

**But it has a big weakness... it is a transactional approach, not a transformational one. It does not embark you in a journey beyond the gimmick.**

Comment le "ALS Ice Bucket Challenge" a été efficace :

- **Soyez simple et expliquez la cause clairement, sans ambiguïté :** Recherche et prévention de la SLA
- **Souligner l'importance cruciale de la cause :** il faut poursuivre la recherche pour éviter que d'autres personnes ne meurent
- **Dites aux gens quelque chose de nouveau, quelque chose auquel ils n'ont pas encore pensé :** la maladie était assez peu connue du public
- **Soyez engageant, intéressant, voire choquant :** personne ne s'attend à ce que des célébrités prennent un bain de glace sur les médias sociaux
- **Exprimez la nécessité d'agir, et apportez une solution :** vous pouvez rejoindre le mouvement en faisant un don et/ou en enregistrant une vidéo. Vous devez ensuite désigner trois autres personnes pour le faire.

**Mais il a une grande faiblesse... c'est une approche transactionnelle, pas transformationnelle. Elle ne vous embarque pas dans un voyage au-delà du truc drôle.**



# #metoo: an example of a viral campaign / #moiaussi : un exemple de campagne virale



- 🇸🇦 Arabic: #أنا\_كمان (en: MeToo)<sup>[248]</sup>
- 🇨🇦 Canada, French-speaking areas: #MoiAussi (en: MeToo)<sup>[249]</sup>
- 🇨🇳 China, Mainland: #我也是 and #WoYeShi (en: MeToo)<sup>[250]</sup>
- 🇫🇮 Finland: #memyös (en: WeToo)
- 🇫🇷 France: #balanceTonPorc (en: DenounceYourPig<sup>[251]</sup> ExposeYourPig<sup>[252]</sup>) #noustoutes (en: All (of) us (women))
- 🇮🇳 India: #मैंभी (en: MeToo)<sup>[253]</sup>
- 🇮🇷 Iran: #من\_هم\_همینطور (en: MeToo)
- 🇮🇹 Italy: #QuellaVoltaChe (en: ThatTimeThat)<sup>[248]</sup>
- 🇮🇱 Israel: #גמאני# (en: UsToo) #גמאני, #גמאני (en: MeToo)
- 🇯🇵 Japan: #私も and #WatashiMo (en: MeToo)
- 🇰🇿 Kazakhstan: #МенДе or #MenDe (en: MeToo)<sup>[254]</sup>
- 🇲🇰 North Macedonia: #СераКажувам (en: NowTelling)
- 🇳🇴 Norway: #stilleførøpptak (en: SilentUntilRecorded), #nårdansenstopper (en: WhentheDanceStops), #nårmusikkenstilner (en: WhentheMusicQuiets) -
- 🇵🇰 Pakistan: #میں\_بھی (en: MeToo)
- 🇷🇺 Russia: #МеняТоже or #Ятоже (en: MeToo)
- 🇰🇷 South Korea: #나도당했다 (en: MeToo)
- 🇪🇸 Spain: #YoTambién (en: MeToo)<sup>[248]</sup> (🇪🇸 Catalonia: #JoTambé) (🇧🇪 Basque Country: #NiEre) (🇮🇸 Galicia: #EuTamén)
- 🇹🇼 Taiwan: #我也是 and #WoYeShi (en: MeToo)
- 🇹🇳 Tunisia: #EnaZeda (en: MeToo)<sup>[255]</sup>
- 🇻🇳 Vietnam: #TôiCũngVậy (en: MeToo)

## Some characteristics / Quelques caractéristiques

- From a small core group of activists, the message became "viral", being adapted to different cultural contexts and social media platforms
- It became a decentralized worldwide movement
- It existed in convergence with in-person demonstrations
- D'un petit groupe d'activistes, le message est devenu "viral", étant adapté à différents contextes culturels et plateformes de médias sociaux
- Il est devenu un mouvement mondial décentralisé
- Il existait en convergence avec les manifestations en personne

# Social media: security issues / Médias sociaux : questions de sécurité

Human rights advocates are particularly vulnerable to the dangers of social networking sites and need to be extremely careful about the information they reveal about themselves AND about the people they work with.

Les activistes des droits humains sont particulièrement vulnérables aux dangers des réseaux sociaux et doivent être extrêmement attentifs à l'information qu'ils publient sur eux-mêmes ET les personnes avec qui ils travaillent.

Who can access the information I am putting online?  
Qui peut accéder l'information que je publie en-ligne ?

**Ask yourself:  
Demandez-vous :**

Who controls and owns the information I put into a social networking site?  
Qui possède et contrôle l'information que je publie sur le réseau social?

Do I trust everyone with whom I'm connected?  
Est-ce que je fais confiance en tous mes contacts ?

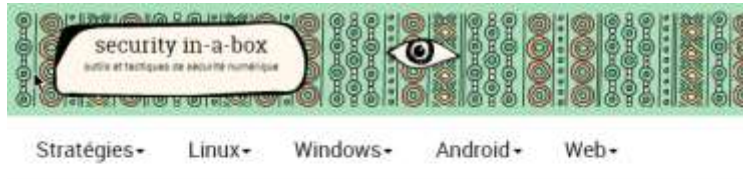
What information about me are my contacts passing on to other people?  
Quelle information personnelle est-ce que mes contacts diffusent à autres personnes ?

Will my contacts mind if I share information about them with other people?  
Est-ce que ça dérangera mes contacts si je partage de l'information sur eux ou autres personnes ?





# Social media: security issues / Médias sociaux : questions de sécurité



## SECURITY IN A BOX - OUTILS ET TACTIQUES DE SÉCURITÉ NUMÉRIQUE

Security-in-a-box est un guide de sécurité numérique destiné aux activistes et défenseurs des droits humains dans le monde entier.

Si la sécurité numérique est une nouveauté pour vous, les **guides tactiques** vous présenteront les principes de base, notamment des conseils pour une utilisation plus sûre des plateformes de réseaux sociaux et des téléphones portables. Les **guides d'outils pratiques** fournissent des instructions pour vous aider à installer pas à pas et utiliser les logiciels et services essentiels à votre sécurité numérique.

Les **community guides** sont destinés à des groupes spécifiques - parfois régionaux - qui sont exposés à des menaces numériques sévères. Ces guides comportent des conseils sur mesures sur les outils et tactiques adaptés aux besoins spécifiques de ces groupes.

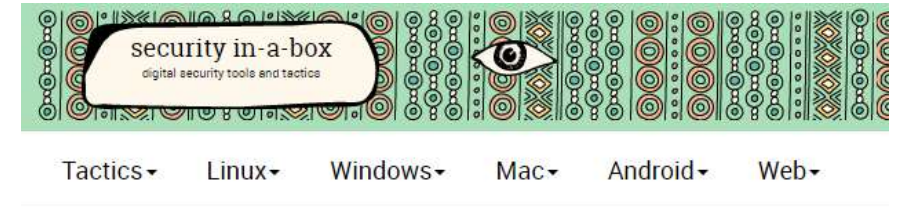
Security-in-a-box est un projet conjoint de **Front Line Defenders** et du **collectif Tactical Technology**, élaboré également avec l'appui d'un réseau mondial d'activistes, de formateurs et d'experts en sécurité numérique.

To know more:

<https://securityinabox.org/en/>

Pour en savoir plus :

<https://securityinabox.org/fr/>



## SECURITY IN A BOX - DIGITAL SECURITY TOOLS AND TACTICS

The **Tactics Guides** in this toolkit cover basic principles, including advice on how to use social media and mobile phones more safely. The **Tool Guides** offer step-by-step instructions to help you install, configure and use some essential digital security software and services.

The **Community Toolkits** focus on specific groups of people – sometimes in specific regions – who face significant digital security threats. They include tailored advice on tools and tactics that are relevant to the needs of these particular groups.

Security in-a-Box is jointly developed by **Front Line Defenders** and **Tactical Technology Collective**, along with a global network of thousands of activists, trainers and digital security experts.

