

Le pouvoir des mouvements sociaux



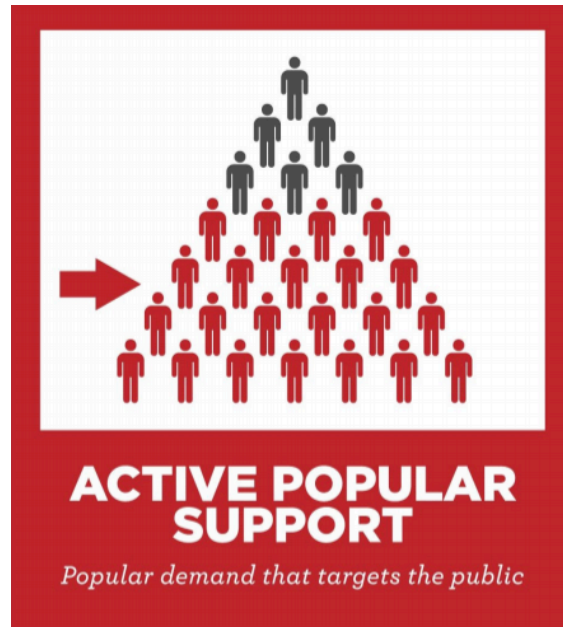
Marche pour les droits des immigrants de 2006

Nous croyons que les mouvements sociaux sont nécessaires afin que la population réalise le pouvoir qu'elle possède et parvienne à la justice. Des mouvements sociaux sont nés pendant des changements historiques importants : la Révolution française a créé l'État-nation que l'on connaît aujourd'hui ; les abolitionnistes de l'esclavage ont rendu l'esclavage impensable ; le droit de vote des femmes les a transformées de propriété à citoyennes ; et les mouvements d'indépendance anticoloniaux ont gagné l'autodétermination et la souveraineté pour la population du Sud global après des décennies de domination. Les mouvements sociaux canalisent la douleur et la frustration en des changements structuraux et culturels durables.

La majorité d'entre nous peuvent se souvenir d'un moment dans nos vies où un mouvement populaire semblait capter toute l'attention de la société. Mais comment est-ce que cela se produit ? Qu'est-ce qui rend les mouvements sociaux possibles ? Comment sont-ils nés et comment meurent-ils ?

Dans cette section, nous espérons illustrer le pouvoir des mouvements sociaux, répertorier les ingrédients clés qui les rendent possibles et offrir un modèle afin de créer nos propres mouvements.

Le soutien populaire actif



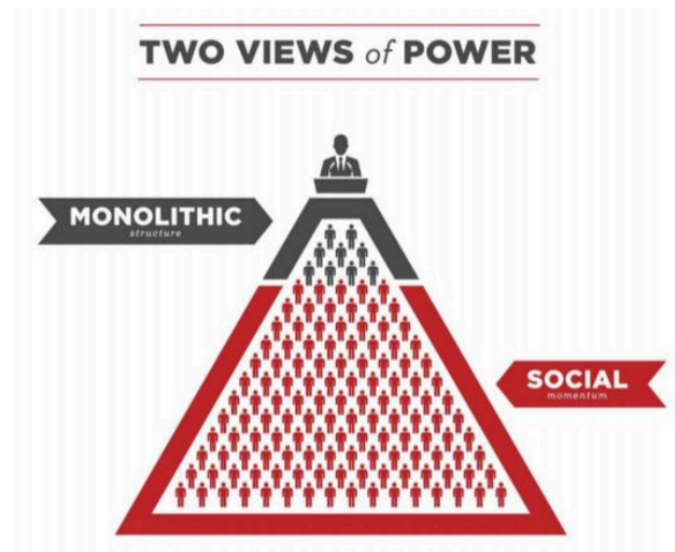
Quand est-ce que les mouvements réussissent ?

Nous connaissons tous ces moments puissants où des mouvements ont changé le monde : le passage de la Loi sur le droit de vote, la chute de l'apartheid sud-africain, la fin du colonialisme en Afrique et L'Amérique du Sud. Mais comment y sont-ils parvenus ? On nous dit souvent que le changement est survenu grâce aux élus qui ont fait de nouvelles lois ou de nouveaux accords en notre nom. En fait, l'histoire montre que les dirigeants suivent la volonté du peuple : ils opèrent avec le consentement tacite du peuple, et quand celui-ci retire son consentement et cesse de coopérer avec le statu quo, l'Histoire change son cours.

Nous croyons, de même que des universitaires comme Erica Chenoweth et Frances Fox Piven, que des mouvements fonctionnent lorsqu'ils obtiennent une masse critique de soutien populaire actif : des personnes qui agissent par le vote, la marche, la persuasion, le don et généralement la non-coopération avec le statu quo.

L'objectif est de faire participer le plus grand nombre de personnes possible (de toutes les façons possibles) afin de soutenir le mouvement. Une fois qu'il y a une masse critique de soutien populaire actif (selon les études de Chenoweth sur les dictatures, au moins 3,5% de la population), de grands piliers du statu quo tombent et la classe dirigeante n'a pas d'autre choix que de suivre la volonté du mouvement.

Le pouvoir social comparé au pouvoir monolithique

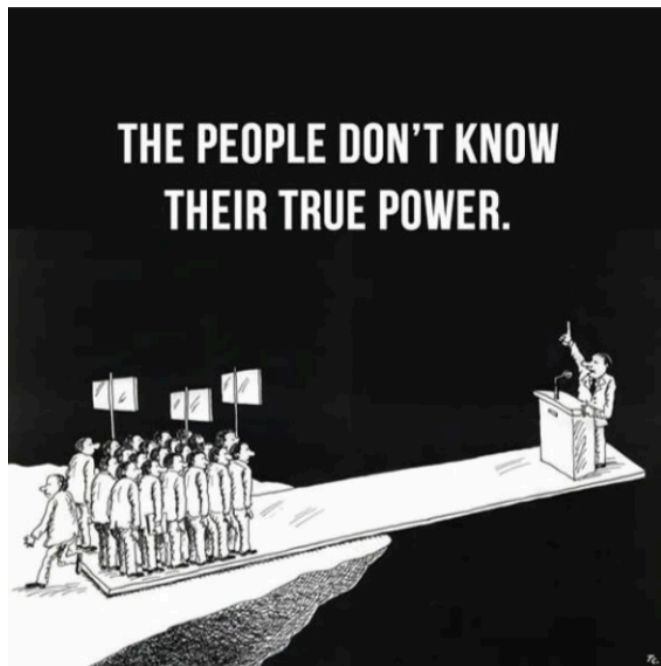


La population a-t-elle réellement un quelconque pouvoir ?

C'est le cœur de l'organisation et de la création des mouvements sociaux. Le « peuple » a-t-il du pouvoir ou est-ce « l'autorité » qui le possède ? La manière dont nous répondrons à cette question déterminera qui nous mobiliserons, comment le ferons-nous et si nous gagnerons.

Plusieurs d'entre nous ont été élevés dans des cultures qui nous apprennent que le pouvoir est dans les mains d'un petit nombre de personnes. Nous comprenons que ceci est une manière monolithique de voir le pouvoir - un point de vue où le pouvoir est au-dessus de la pyramide.

Alternativement, il y a une croyance que tous les dirigeants comptent sur le consentement tacite des gens qu'ils dirigent. Par exemple, les patrons comptent sur ce consentement tacite de leurs travailleurs afin qu'ils travaillent ; si les travailleurs ne se présentent pas au travail, le pouvoir du patron est inexistant - il n'a d'autorité sur personne. Collectivement, notre consentement permet à certains « piliers » ou institutions de la société en place. Si collectivement, la population décidait de révoquer ce consentement, les piliers tomberaient et il serait clair que les gens ordinaires possèdent réellement le pouvoir. C'est ce que l'on appelle le pouvoir social.



Alors que beaucoup d'entre nous sont devenus mobilisateurs et activistes parce que nous avons vu le monde à travers une vision sociale du pouvoir, nos campagnes et mouvements ont souvent été créés autour des décideurs, en haut. (La mobilisation basée sur une structure, par exemple, utilise traditionnellement la base afin de pousser les décideurs à accepter des réformes progressives.) Nos stratégies et nos structures ont parfois renforcé une vision monolithique du pouvoir.

Une vision sociale du pouvoir requiert plus qu'une petite base qui participe à des actions : elle requiert une participation de masse soutenue. Cela veut dire qu'il faut construire nos mouvements de manière à activer le public et satisfaire leurs besoins à un niveau plus élevé que le statu quo.

Le spectre du soutien

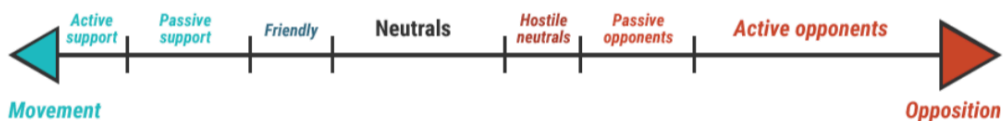
The **SPECTRUM** *of* **SUPPORT**



Si nous savons que les gens ont le pouvoir, que nous avons besoin du plus grand nombre de personnes possible pour nous joindre au mouvement et que celles-ci doivent retirer leur consentement des institutions qui maintiennent le statu quo, nous devons être en mesure d'évaluer la position du public sur une question donnée.

Le spectre de soutien est un excellent outil pour faire connaître et analyser la position du public sur un enjeu ou un mouvement. Ci-dessous, vous pouvez voir comment la position du public a changé du début du mouvement des Droits civiques jusqu'à leur première victoire.

Civil Rights - At The Beginning



Civil Rights - After the Montgomery Bus Boycott

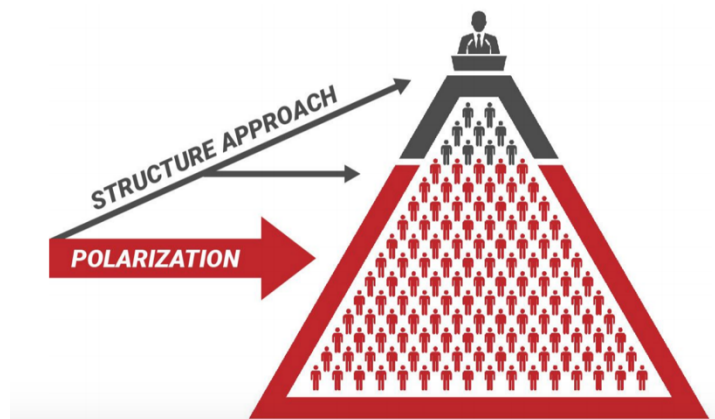


Nous savons que nous gagnons lorsque nous augmentons le soutien actif et passif de la population. Ce sont les mesures du succès d'un mouvement. Le spectre de soutien nous permet de cartographier ceci.

Polarisation

Comment déplacer le public ?

La polarisation est la pratique qui consiste à demander au public : « De quel côté êtes-vous ? ». Par des actions (petites, symboliques, ainsi que la désobéissance civile de masse), nous dramatisons la crise aux yeux du public, créant alors une nouvelle prise de conscience de notre problème et de nouvelles opportunités pour les gens de rejoindre notre mouvement. Nous forçons les gens à choisir un côté et à choisir entre le monde tel qu'il est et le monde tel qu'il devrait être. Ces actions (si elles ciblent efficacement le public et visent à augmenter le soutien populaire actif) attireront le public vers notre mouvement. Inévitablement, quand notre mouvement grandit, l'opposition grandit aussi : c'est ainsi que fonctionne la polarisation. L'opposition active peut réagir en devenant violente, en s'isolant du grand public. L'Église baptiste de Westboro, par exemple, est apparue dans le contexte du mouvement de libération des homosexuels au début des années 1990; les protestations anti-gaies de l'Église ont encouragé ses membres homophobes, mais les ont aliénés du grand public.



Les demandes symboliques comparées aux demandes performantes

Qu'est-ce qui touche les gens ?

Des demandes symboliques et performantes sont mieux comprises selon leur relation avec leur public.

Les demandes performantes visent généralement les décideurs d'institutions dominantes. En général, elles sont spécifiques et gagnables dans le climat politique du moment. Par exemple, une demande performante pourrait être un changement dans la législation ou dans une politique - comme les caméras corporelles de la police, éliminer des échappatoires fiscales, ou augmenter des lignes de postes budgétaires de l'État. Le public pourrait ne pas s'y connaître ou intuitivement comprendre des demandes performantes - les mobilisateurs pourraient avoir à expliquer ce qu'est un congé de maladie payé et son importance - mais quand ces demandes sont gagnées, elles apportent un changement concret dans la vie des gens et sont souvent perçues par les militants comme une étape dans un long chemin vers la justice. Les demandes performantes sont souvent moins populaires dans le sens qu'elles ne poussent pas immédiatement la population à agir.

Les demandes symboliques sont orientées vers un public plus large, et ont l'intention de communiquer une idée ainsi qu'une histoire complète et importante. Elles visent à pousser la population à agir et font appel à ses valeurs et à ses désirs : la déségrégation, l'arrêt des déportations et le salaire de subsistance. Cela peut prendre plusieurs années avant qu'elles soient gagnées, mais elles mobilisent des gens au cours du processus - cette mobilisation et l'évolution du sens commun sont les réelles victoires. Les demandes symboliques ne sont qu'une façon d'y arriver. Ces demandes symboliques peuvent souvent être des demandes populaires.

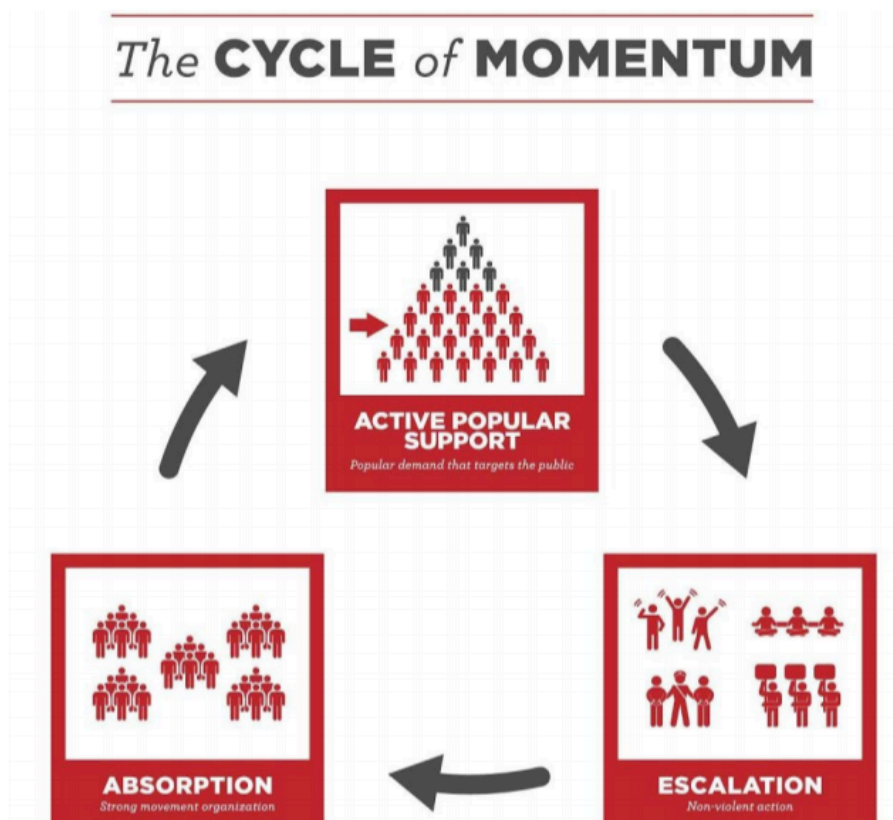
Comprendre si des demandes sont populaires ou impopulaires est encore plus important.

Demandes impopulaires : Demandes qui ne résonnent profondément pas avec son public - parce que le public ne les comprend pas ou que les demandes sont aliénantes.

Demandes populaires : Demandes qui touchent profondément/largement le public. Elles dramatisent souvent un problème social et le vocabulaire est accessible à votre public. Elles communiquent avec l'expérience, les valeurs, les espoirs et/ou peurs de la population.

Nous voyons parfois des demandes qui sont à la fois performantes et symboliques - ce qui les rendent populaires dans leur intérêt : cela arrive quand des campagnes ou des mouvements « font une montagne d'un rien », faisant d'une problématique le symbole d'un tout plus large. L'oléoduc Keystone XL était une demande performante du mouvement de la justice climatique qui est devenu le symbole de l'économie extractiviste - et ainsi a poussé du support autour de cette problématique et a largement rejoint le public. La demande performante d'accuser les policiers qui tuent des personnes noires est aussi une demande symbolique pour un système de justice qui tient responsable ses propres policiers. Le mouvement « The Fight for \$15 » est un exemple d'une augmentation performante du salaire minimum et une demande symbolique pour un salaire de subsistance qui à travers des années de mobilisation et d'organisation est devenu une demande populaire pour une économie juste.

Le cycle du momentum



Introduction

Nous utilisons le cycle du momentum afin de construire du support populaire actif et passif à travers une ascension et une absorption à travers le temps. Le processus de construction de support populaire requiert un cycle de création constant de momentum, qui peut être atteint à travers une ascension régulière et stratégique

menée par des équipes décentralisées du mouvement. Les nouveaux participants sont absorbés à travers des actions et sont intégrés à des équipes par des formations de masse. Le but cumulatif est de créer assez de momentum dans le public afin de gagner les demandes symboliques et performantes du mouvement. Une des preuves les plus puissantes d'un momentum cumulatif se trouve dans les 17 jours d'action en Égypte.

Chaque étape de ce cycle est cruciale et il est important pour les activistes du mouvement de comprendre qu'un momentum ne se construit pas de manière linéaire ou exponentielle, mais de manière cyclique. Si les activistes sont préparés à une baisse dans le momentum, et voient cette baisse comme une opportunité d'absorption et de préparation (qui permettra d'améliorer la capacité de créer plus de momentum), nous pouvons alors éviter le découragement qui peut détruire nos mouvements.

L'ascension



Manif sur le pont Edmund Pettus, 1965

L'ascension d'un mouvement se mesure par le sacrifice et la perturbation (sacrifice accru + perturbation accrue = ascension). La fonction de l'ascension dans le cycle de l'élan est de forcer le public à prendre note de votre problème et de prendre position sur ce problème. Elle crée un fossé dans le spectre de soutien en demandant : de quel côté êtes-vous ? En fin de compte, l'ascension vise à pousser de plus en plus le public à choisir le côté du mouvement. Par exemple, la marche du Mouvement pour les Droits civiques sur le pont Edmund Pettus a été conçue pour montrer au public la brutalité de la police et la structure répressive du pouvoir du sud visant à priver les

Afro-Américains de leur droit de vote. Cette marche, qui a exigé beaucoup de sacrifices personnels de la part des marcheurs et a grandement perturbé le statu quo de Selma, a forcé le public national à choisir un camp: celui des marcheurs ou des répresseurs violents. L'art de l'ascension est essentiel au succès du mouvement, car l'ascension est la principale interaction dramatique avec le public.

Pourquoi le sacrifice et la perturbation ? Parce que les sacrifices apportent l'autorité morale au mouvement, tandis que la perturbation provoque un émoi. Cela s'apparente à perturber de manière significative la vie quotidienne pendant une période considérable.

Les événements déclencheurs



Marches et actions à Ferguson après le meurtre de Mike Brown en 2014

Les événements déclencheurs sont les moments opportuns à une ascension du mouvement. Ils peuvent être complètement hors du contrôle ou de l'influence du mouvement (comme lors du meurtre par un policier de Mike Brown à Ferguson) ou ils peuvent être complètement créés par le mouvement (les journées d'actions d'*Occupy Wall Street*, la marche du sel de Gandhi, etc.). Un événement déclencheur est une opportunité pour amplifier les demandes du mouvement à travers une ascension. Il est important de comprendre que la préparation stratégique (dans le cas des événements déclencheurs qui sont hors de l'influence du mouvement) et la coordination stratégique (dans le cas des événements déclencheurs sous le contrôle

du mouvement) sont essentielles à la construction d'assez de momentum pour gagner.

Pouvez-vous penser à des exemples de votre propre expérience d'événements déclencheurs hors de l'influence du mouvement et ceux entièrement créés par des mouvements qui les ont dirigés ?

Absorption et moments du tourbillon



Walkout pour les « Sanctuary Campus », 2016

Bien que des groupes de personnes puissent s'enflammer occasionnellement dans leurs campagnes, construire un appui populaire à un mouvement nécessite un élan soutenu au fil du temps, c'est-à-dire de multiples cycles d'ascension stratégiques. Pour générer ces cycles, vous avez besoin d'un plan pour absorber un nombre croissant de personnes dans le mouvement et pour les former à l'ascension sur une base régulière. Sans plan, les campagnes et les mouvements connaîtront un goulot d'étranglement pendant les événements déclencheurs ou les moments du tourbillon ; si vous ne créez pas de portes pour entrer dans le mouvement, les gens n'auront aucun moyen d'entrer. Et si les gens n'ont aucun moyen d'entrer, le mouvement (votre soutien populaire actif) ne grandit pas.

Réflexion : *Comment intégrez-vous actuellement de nouvelles personnes dans votre organisation ou mouvement ? Quelles sont les portes par lesquelles les gens peuvent entrer et devenir membres ? Que feriez-vous si 100 personnes attendaient devant votre porte demain pour devenir membres ? Que feriez-vous s'il y en avait 1000 ?*

Si vous voulez construire un mouvement, vous devez être prêt à capturer l'énergie et l'intérêt quand il explose. Cela signifie pouvoir remettre tous les outils dont les gens

ont besoin non seulement pour assister à une marche, mais aussi pour que chacun d'entre eux commence à planifier des actions et des campagnes qui sont alignées sur la stratégie, la vision et les principes du mouvement. Si vous y parvenez, la capacité de croissance de votre mouvement sera exponentielle : vous absorberez l'élan plutôt que de le voir se dissiper au fil du temps.

Dans la plupart des situations, vous n'avez qu'une seule occasion d'engager quelqu'un et de l'impliquer, donc l'absorption doit jeter un grand filet. Les listes de courriel, les pétitions, les dons en ligne et les pages de médias sociaux sont tous des moyens de recueillir de nouveaux noms de personnes qui s'intéressent activement à votre mouvement. Mais nous croyons que la formation de masse, en tant que principal moyen d'absorption, est le meilleur outil pour assurer que les mouvements populaires puissent aller à l'échelle et faire face à la complexité lorsqu'ils grandissent.

Formation de masse



L'absorption demande : comment les gens peuvent-ils entrer dans votre mouvement?

La formation de masse demande : que faut-il savoir pour rejoindre le mouvement et agir en phase avec ses objectifs et ses valeurs ?

Les objectifs de la formation de masse peuvent être divisés en trois priorités :

- 1) Renforcer la capacité du mouvement en absorbant de nouveaux membres et en leur donnant un rôle
- 2) Diffuser la culture et la stratégie du mouvement (son ADN)
- 3) Protéger l'ADN

Un bon programme de formation de masse comportera une formation d'initiation qui donnera aux nouveaux membres les informations de base (histoire, stratégie et structure de base du mouvement) et les compétences (recrutement, conception d'action, etc.) dont ils ont besoin pour agir au nom du mouvement avec autonomie et unité. En outre, un programme de formation de masse comprendra des formations avancées où les gens pourront apprendre à prendre en charge les besoins du mouvement en profondeur (apprendre à devenir des formateurs, planifier et soutenir de grands événements déclencheurs, soutenir l'infrastructure en ligne, etc.).