

JOYEUX BORDEL

**TACTIQUES, PRATIQUES
ET THEORIES
POUR BIEN REUSSIR
LA REVOLUTION**

JOYEUX BORDEL

**TACTIQUES, PRATIQUES
ET THEORIES
POUR BIEN REUSSIR
LA REVOLUTION**

**ASSEMBLEE PAR ANDREW BOYD
ET DAVE OSWALD MITCHELL**

Éditions les Liens qui Libèrent

ISBN : 979-10-209-?????
© Les Liens qui Libèrent, 2015

L'ÉQUIPE DE JOYEUX BORDEL

Corédacteur en chef et chargé de mission querelles internes / Andrew Boyd

Corédacteur en chef / Dave Oswald Mitchell

Maître-logisticien / Zack Malitz

Responsable photo / Margaret Campbell

Tisseur de toile & agitateur de projet / Phillip Smith

Consultante en chef / Nadine Bloch

Bourreau des claviers / Joshua Kahn Russell

Maîtresse des conséquences / Mara Ranville

Directeur des formations / Jonathan Matthew Smucker

LES ORGANISATIONS PARTICIPANTES

Agit-Pop/The Other 98 %, les Yes Men/Yes Lab, CODEPINK, The Center for Story-based Strategy (ancienement smartMeme), The Ruckus Society, Beyond the Choir, The Center for Artistic Activism, Waging Nonviolence, Alliance of Community Trainers, Nonviolence International, Escola de Ativismo, 350.org et The New Organizing Institute.

LES CONTRIBUTEURS HISTORIQUES

Rae Abileah, Ryan Acuff, Celia Alario, Phil Aroneanu, Peter Barnes, Jesse Barron, Andy Bichlbaum, Nadine Bloch, Kathryn Blume, L.M. Bogad, Josh Bolotsky, Mike Bonanno, Andrew Boyd, Kevin Buckland, Margaret Campbell, Doyle Canning, Samantha Corbin, Yutaka Dirks, Steve Duncombe, Mark Engler, Simon Enoch, Jodie Evans, John Ewing, Brian Fairbanks, Bryan Farrell, Janice Fine, Lisa Fithian, Cristian Fleming, Elisabeth Ginsberg, Stan Goff, Arun Gupta, Silas Harrebye, Judith Helfand, Daniel Hunter, Sarah Jaffe, John Jordan, Dmytri Kleiner, Sally Kohn, Steve Lambert, Anna Lee, Stephen Lerner, Zack Malitz, Nancy Mancias, Duncan Meisel, Matt Meyer, Dave Oswald Mitchell, Tracey Mitchell, George Monbiot, Brad Newsham, Gaby Pacheco, Mark Read, Patrick Reinsborough, Simon Roel, Joshua Kahn Russell, Leonidas Martin Saura, Levana Saxon, Maxine Schoefer-Wulf, Nathan Schneider, Kristen Ess Schurr, John Sellers, Rajni Shah, Brooke Singer, Matt Skomarovsky, Andrew Slack, Phillip Smith, Jonathan Matthew Smucker, Starhawk, Eric Stoner, Jeremy Varon, Virginia Vitzthum, Harsha Walia, Jefferey Webber et The Coalition of Immokalee Workers.

A.B.

À ceux qui n'ont cessé de me guider dans la lutte, qu'ils soient loin de moi – George Orwell, Abbie Hoffman, le Sous-commandant Marcos – ou bien à mes côtés – Bob Rivera, Dennis Livingston, Janice Fine, Mike Prokosch, Chuck Collins, John Sellers & l'équipe du RTS/B4B.

D.O.M.

Ce livre est dédié aux meneurs tapis dans l'ombre de chaque victoire, « couverts de fange et de boue, qui en bavent pour que les choses avancent, qui font ce qui doit être fait, encore et encore » (Marge Piercy).

TABLE

Préface	13
Introduction	17



TACTIQUES

L'action de rue de masse / <i>John Sellers et Andrew Boyd</i>	22
L'action directe / <i>Joshua Kahn Russell</i>	26
L'action décentralisée / <i>Phil Aroneanu</i>	29
Le canular / <i>Mike Bonanno</i>	33
La comédie de la guérilla électorale / <i>L.M. Bogad</i>	37
Le démantèlement stratégique des outils de l'ennemi / <i>Isabelle Frémeaux</i>	41
La flash mob / <i>Dave Oswald Mitchell et Andrew Boyd</i>	45
La grève de la dette / <i>Sarah Jaffe et Matthew Skomarovsky</i>	49
La grève générale / <i>Stephen Lerner</i>	54
L'intervention pré-figurative / <i>Andrew Boyd</i>	58
La non-violence stratégique / <i>Starhawk et l'Alliance of Community Trainers</i>	62
L'occupation / <i>Joshua Kahn Russell et Arun Gupta</i>	66
La perturbation créative / <i>Nancy L. Mancias</i>	71
La projection guérilla / <i>Samantha Corbin et Mark Read</i>	75
Le théâtre invisible / <i>Tracey Mitchell</i>	79



PRINCIPES

Choisissez des tactiques appropriées à votre stratégie / <i>Janice Fine</i>	84
La colère n'est jamais aussi efficace que lorsque la morale joue en votre faveur / <i>Joshua Kahn Russell</i>	87
Déléguiez! / <i>Josh Bolotsky et Andrew Boyd</i>	89
Des règles simples peuvent produire de grands résultats / <i>Andrew Boyd</i>	92

Donnez de la visibilité à l'invisible / <i>Nadine Bloch</i>	95
Faites bouger l'éventail des alliés / <i>Joshua Kahn Russell</i>	98
Faites du mouvement votre matériau (aussi appelé «Oubliez la représentation») / <i>John Jordan</i>	101
Gare à la tyrannie de l'absence de structure! / <i>Josh Bolotsky</i>	104
Il ne faut pas faire la confusion entre votre groupe et la société / <i>Andy Bichlbaum</i>	107
Jouez la pièce pour le public qui n'est pas là / <i>Andy Bichlbaum et Andrew Boyd</i>	110
Laissez-vous guider par ceux qui sont le plus touchés / <i>Joshua Kahn Russell</i>	113
Mâchez le travail des médias / <i>Andy Bichlbaum</i>	116
Maintenez une discipline non violente / <i>Nathan Schneider</i>	119
Mettez votre cible face à un choix cornélien / <i>Andrew Boyd et Joshua Kahn Russell</i>	122
Ne dites pas : montrez! / <i>Doyle Canning, Patrick Reinsborough et Kevin Buckland</i>	126
Ne perdez pas votre message de vue / <i>Celia Alario</i>	128
Nous sommes tous des leaders / <i>Jonathan Matthew Smucker, avec l'aide de Han Shan de #Occupy</i>	131
Partez en reconnaissance sur votre propre terrain culturel (et tirez-en parti) / <i>Stephen Duncombe</i>	134
Pensez narrativement / <i>Doyle Canning et Patrick Reinsborough</i>	138
La pratique de la praxis nous préserve de bien des problèmes / <i>Joshua Kahn Russell</i>	141
Profitez que vous vous organisez pour remettre en cause le patriarcat / <i>Harsha Walia</i>	144
Renversez les rôles / <i>Mark Read</i>	148
Réservez un bon accueil aux nouveaux venus / <i>Jonathan Matthew Smucker</i>	151
Si manifester est illégal, faites de la vie quotidienne une manifestation / <i>Nadine Bloch</i>	154
Utilisez le pouvoir de suggestion des Jedi / <i>Samantha Corbin</i>	157
Les actions expressives et instrumentales / <i>Jonathan Matthew Smucker, Joshua Kahn Russell et Zack Malitz</i>	162



THEORIES

L'anti-oppression / <i>Lisa Fithian et Dave Oswald Mitchell</i>	166
La justice environnementale / <i>Margaret Campbell</i>	170
Les lieux d'intervention / <i>Patrick Reinsborough et Doyle Canning</i>	173
La logique d'action / <i>Andrew Boyd et Joshua Kahn Russell</i>	177
Les mêmes / <i>Patrick Reinsborough et Doyle Canning</i>	180
Le modèle de propagande / <i>Simon Enoch</i>	183
Le paradoxe de l'identité politique / <i>Jonathan Matthew Smucker</i>	187
Les piliers de soutien / <i>Eric Stoner</i>	190
Le spectacle éthique / <i>Stephen Duncombe</i>	193
La Zone autonome temporaire / <i>John Jordan</i>	196



ETUDES DE CAS

Les pique-niques en supermarché / <i>Simon Cottin-Marx</i>	200
La pyramide de chaussures (en guise de protestation contre les mines terrestres) / <i>Andrew Boyd</i>	205
L'action transnationale contre Bolloré, l'accapareur de terres / <i>Éloïse Maulet et Adrien Roux</i>	211
La grève étudiante québécoise de 2012 / <i>Stefan Christoff</i>	217
Manif de réoccupation sur la Zad de Notre-Dame-des-Landes / <i>des Camilles</i>	225
Alternatiba, le village des alternatives au dérèglement climatique / <i>Jon Palais</i>	231
Biographie des contributeurs	236
Références	246
10 bons livres à propos de l'organisation	247
10 bons sites consacrés à l'organisation	247
10 bons sites de recherche	248
10 bons Films	249

PREFACE

«Créer c'est résister, résister c'est créer!» proclamaient en 2004 treize résistants français de la première heure. Soixante ans après avoir adopté «Les Jours heureux», le programme à l'origine de nombreuses avancées telles que la sécurité sociale, tous ceux qui aspirent à la justice sociale étaient ainsi appelés à perpétuer l'esprit créatif et ambitieux qui animait les mouvements de résistance d'alors.

Si aujourd'hui les modes de lutte créative sont évidemment différents, les outils de résistance prennent toujours naissance sous la forme d'une idée ou d'un rêve : de la grève générale à l'hacktivisme d'Anonymous, de l'utilisation de tracteurs pour occuper l'espace public au jardinage guérilla avec des bombes à graines.

À travers l'histoire, bien des gens portés par le courage et l'aspiration à un monde plus juste sont parvenus à allier créativité et remise en cause radicale pour «changer le système». Pourtant, ces tactiques et stratégies ne sont jamais enseignées à l'école dans les cours d'éducation civique, ni bien entendu à Sciences Po ou dans les écoles d'art et de design. Un trop grand nombre d'entre elles ont disparu dans les méandres de l'histoire, car les activistes ne prennent pas suffisamment la peine de transmettre leurs outils aux plus jeunes générations.

Le livre que vous tenez entre les mains tente de combler cette lacune. C'est une boîte à outils de tactiques, de stratégies et de principes à appliquer dans nos mouvements et groupes d'activistes. *Joyeux bordel* est bien plus qu'un manuel pour militants, c'est un inventaire d'expériences et de réflexions rebelles s'étalant sur plusieurs décennies, depuis la façon d'accueillir de nouvelles personnes au sein

d'un collectif jusqu'aux instructions pour projeter des slogans sur les murs du siège social d'une multinationale. « La joie est le secret de la résistance », nous dit Alice Walker, et, faute de nouveaux outils efficaces, la résistance devient un rituel morose, ponctué par des défilés et des pétitions, des discours, des tracts et des assemblées trop longues et mal modérées.

À l'origine, *Joyeux bordel* est un ouvrage assemblé par des activistes des États-Unis au moment où des manifestations jaillissaient de la place Tahrir au parc Zuccotti, de l'Islande aux rues de Tunis. Si cet esprit mondial de résistance semble moins flamboyant ces temps-ci, nombre de ses idées, de ses pratiques, de ses espoirs et de ses désirs continuent de se propager. Ce livre s'inscrit dans ce processus, et cette traduction vise à replacer ces outils dans un contexte francophone.

La France est depuis très longtemps un extraordinaire laboratoire de formes de résistance créative. Lorsque, une nuit de 1588, quelques rebelles eurent l'idée lumineuse de faire rouler des barriques de vin dans la rue pour protéger leur quartier des attaques du gouvernement, ils ne se doutaient sûrement pas que leur invention, dont le nom allait faire honneur à l'étymologie, deviendrait la « barricade » et serait reproduite dans le monde entier au cours des siècles à venir.

Quatre cents ans plus tard, les lettristes, poètes radicaux et militants, se déguisèrent en prêtres, se hissèrent dans la chaire de Notre-Dame de Paris lors d'une messe de Pâques retransmise à la télévision et crièrent : « Nous clamons la *mort* du Christ-Dieu pour qu'enfin vive l'Homme ! » Ce canular médiatique précoce a résonné au long des années, inspiré les situationnistes, et, deux générations plus tard, dans un studio de télé parisien, l'un des deux activistes américains des Yes Men s'est présenté en tant que porte-parole de Dow Chemical. Vingt ans plus tôt, cette entreprise multinationale

avait provoqué par négligence une catastrophe à Bhopal qui avait tué des milliers d’Indiens. Lorsque la fausse promesse des Yes Men d’une compensation qui serait versée aux victimes apparut sur les réseaux de la BBC, il ne fallut qu’une vingtaine de minutes pour que la valeur boursière de l’entreprise chute de deux milliards de dollars.

Au moment de mettre ce livre sous presse, nous sommes à quelques mois de la conférence des Nations unies sur le changement climatique qui se tiendra au Bourget, près de Paris, et un jeune homme de 21 ans vient d’être abattu par une grenade offensive lancée par les forces de l’ordre tandis qu’il protestait contre la construction d’un barrage destructeur de biodiversité dans le Tarn. Alors que la lutte pour la justice climatique et sociale (les deux versants d’un même combat) s’intensifie, il est évident que nous avons plus que jamais besoin d’être audacieux, ambitieux et créatifs dans nos approches.

En parcourant ce *Joyeux bordel*, chacun pourra trouver l’inspiration et des réponses à ces enjeux. En piochant parmi cette multitude d’ingrédients, de théories, de principes et d’études de cas, nous pourrions participer à l’invention d’une cuisine collective et bouillonnante et contribuer ainsi à l’évolution permanente de nos manières d’agir. Des exemples d’actions françaises, québécoises et africaines brillantes mettent en lumière le contenu du livre original. Il ne tient qu’à vous d’en compléter la liste dans nos rues, dans nos champs... – partout où le besoin de liberté et de justice pourra s’épanouir.

Joyeux bordel!

Isabelle Frémeaux, John Jordan et Jean-Marie Malo

INTRODUCTION

«Le salut des hommes repose entre les mains de ceux qui font preuve de créativité dans leur non-conformisme », disait Martin Luther King. Des événements historiques récents nous ont prouvé qu'il avait rarement été aussi inspiré. De Madrid à Montréal, du site Internet 350.org au Mouvement des 99 %, on perçoit l'écho du même constat : on peut provoquer de véritables changements dans l'équilibre des pouvoirs pour peu qu'on se donne la peine de déployer consciencieusement nos farces, nos canulars, nos flash mobs et nos campements. On est nombreux à pouvoir témoigner que l'action créative, ça marche, et on a pris le train en marche.

Cette version abrégée de *Joyeux bordel* pose les bases des tactiques, des principes et des concepts théoriques essentiels qui gouvernent le militantisme créatif, accompagnés des outils d'analyse appropriés pour que ceux qui changent le monde puissent tirer parti de leurs succès ou de leurs échecs. Ce livre est tout à la fois un manifeste du farceur, un mode d'emploi de l'action directe façon Greenpeace, et un manuel d'entraînement à l'organisation des masses, à la pédagogie et aux pratiques émancipatrices.

Nous n'avons pas plus de solutions clés en main à vous offrir que le militantisme créatif. *Joyeux bordel* n'est pas tant un livre de recettes qu'un langage à motifs¹. Plutôt que

1. L'architecte Christopher Alexander, à qui l'on doit le concept de langage à motifs, en a introduit l'idée pour la première fois en 1977 dans son livre *A Pattern Language: Towns, Buildings, Construction*, dans lequel il cherchait à développer «un réseau de motifs faisant appel les uns aux autres», chacun de ces motifs offrant «une solution durable à un problème récurrent dans le contexte d'une construction». Depuis,

d'enseigner des modes d'action rigides, nous proposons au contraire une matrice de concepts flexibles et interconnectés au sein desquels les adeptes peuvent faire leur marché pour les cuisiner ensuite à leur sauce, selon une recette qui peut changer en fonction de la situation à laquelle ils sont confrontés.

Cette édition est organisée en trois catégories distinctes :

Tactiques

Des formes particulières d'action créative, telles que les flash mobs ou les occupations.

Principes

Des idées glanées sur le terrain des luttes pouvant servir de guides ou instruire le concept d'une action créative.

Théories

Des concepts et des idées généralistes pouvant nous aider à comprendre comment fonctionne le monde et comment on doit s'y prendre pour le changer.

Chaque module est relié à d'autres modules associés, à la fois dans ces pages et sur le site Internet beautifultrouble.org, avec pour objectif de générer une nébuleuse de concepts extensible à l'infini.

Nous encourageons nos lecteurs à parcourir ce site, qui n'est pas une simple annexe du livre, mais qui, de fait, représente peut-être l'avatar le plus abouti du projet. D'une navigation très simple, il comprend tout le contenu du livre ainsi que des textes que nous n'avons pas pu inclure dans les

les langages à motifs se sont développés dans des domaines aussi divers que l'informatique, le processus de travail collectif, les médias et la communication. Même si nous ne respectons pas à la lettre la forme d'un langage à motifs, nous nous sommes inspirés de son format modulaire à emboîtements, de sa structure naturellement extensible et de la nature démocratique de sa forme, tous ces outils pouvant ensuite être adaptés aux cas particuliers.

diverses éditions imprimées, pour des raisons de place et de temps. Nous espérons le voir se développer jusqu'à devenir un réseau où les artistes et les militants se retrouveront pour partager leurs idées, documenter leurs cas d'étude et échanger à propos de leurs plus belles expériences.

Avec la participation des lecteurs, le corpus de motifs que constitue *Joyeux bordel* peut continuer à évoluer et à s'étendre, en restant à l'affût des mouvements sociaux émergents et de leurs innovations tactiques. Nous avons en effet intégré au site des modèles pour chaque type de contenu, ainsi que la possibilité de soumettre ou de suggérer de nouveaux modules.

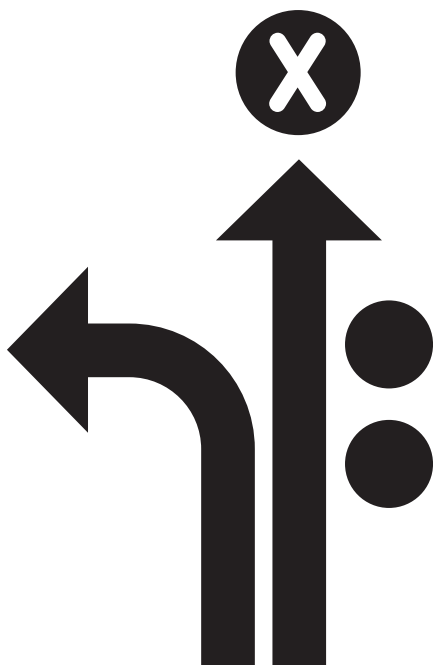
Joyeux bordel n'est pas seulement un livre et un site Internet : c'est aussi une communauté grandissante de militants chevronnés et d'artistes qui se servent du livre pour former la prochaine génération de perturbateurs. Dans l'esprit «système D», le site Internet comprend également toute une série de programmes et de diaporamas que vous pouvez utiliser pour le déroulé de vos propres formations.

À travers le monde, des millions de personnes ont pris conscience non seulement de la nécessité d'agir pour mettre un terme aux inégalités croissantes et aux dégâts écologiques, mais aussi de la possibilité d'y parvenir en faisant appel au pouvoir de l'imagination. Vous tenez entre vos mains un florilège d'idées glanées sur le front du militantisme créatif, mais ces idées resteront creuses tant que vous ne vous les approprierez pas. Nous avons hâte de voir ce que vous allez en faire.

Andrew Boyd et Dave Oswald Mitchell, février 2013.

TACTIQUES

MODES D'ACTION





TACTIQUE

L'action de rue de masse

Par John Sellers et Andrew Boyd

USAGE COURANT

Exercer une pression sur une cible gouvernementale ou du monde de l'entreprise grâce à une foule de gens rassemblés dans la rue pour parler d'une seule voix.

Qui n'a jamais senti l'irrésistible pouvoir populaire d'un immense défilé ou d'un meeting? Les grands musiciens et les tribuns inspirés sont capables d'enflammer une foule électrisée. Les masses ont une véritable force qui leur est spécifique. Et la plupart d'entre nous avons également été inspirés par une grande action directe non-violente. Quand des individus ou de petits groupes décident de se jeter sur les rouages de la machine de manière innovante, ça peut faire exploser de puissantes bombes spirituelles dans les esprits.



Pour réussir, les actions de masse doivent proposer une méthode naturelle et évidente afin que les individus, tel celui-ci, qui brandit un drapeau sur la place Tahrir, se joignent au mouvement. Photo de Rezik Teebi.

Mais c'est quand vous combinez les deux et que des milliers de gens de tous horizons s'associent dans le cadre d'une action de rue de masse que la magie et les mouvements se produisent. Les mouvements font des actions de masse. Et, si vous voulez mener à bien des actions de masse intelligentes dans le cadre de l'escalade de la lutte pour le changement, vous avez besoin d'un mouvement plein d'énergie dont les rouages sont parfaitement huilés.

Au printemps 2011, un million d'Égyptiens ont pris la rue, occupé la place Tahrir, combattu les forces de l'ordre, vague après vague, et, au bout de dix-huit jours mouvementés, parfois même ensanglantés, ont forcé le président Hosni Moubarak à quitter le pouvoir. En 1999, 70 000 personnes ont pris la rue à Seattle et, sans violence, mis un terme à la réunion ministérielle de l'OMC, le plus grand rendez-vous d'affaires du monde. En 2010, 3 000 syndicalistes et leurs alliés ont formé un « Citizens' Posse¹ » et encerclé, le temps d'une journée, un hôtel de Washington peuplé de lobbyistes de l'industrie des assurances – une démonstration de force qui prenait place dans les toutes dernières semaines de la lutte pour la réforme du système de santé américain.

En dépit des différences d'échelle, de durée, d'importance politique, de cible et de tactique, ces trois actions de rue de masse ont atteint leur objectif, parce qu'elles partageaient ces caractéristiques essentielles :

- elles ont perturbé les affaires courantes ;
- elles avaient un message et un objectif clairs ;
- elles ont recouru à la non-violence disciplinée et au militantisme concentré ;
- enfin, elles ont offert aux individus un moyen très simple de se joindre au mouvement.

1. Petite troupe de citoyens. [NdT].

On ne peut pas vraiment planifier une action de rue de masse; c'est un événement bien trop gros pour qu'on puisse le diriger avec un mégaphone – au lieu de cela, il faut que l'action soit essentiellement autogérée. Cependant, pour que la mayonnaise prenne, il faut partager un canevas, un mode d'action ou un brouillon de scénario, afin de faciliter l'autogestion et de préserver la cohérence d'ensemble de l'action *voir Principe : Des règles simples peuvent produire de grands résultats.*

Il n'y avait pas besoin d'un scénario clé en mains pour Tahrir. Il y avait besoin d'un appel à se rassembler dans les espaces publics.

Le mouvement qui a mis un terme à la réunion de l'OMC a été construit sur la base d'une coalition molle, laquelle était tenue par une assemblée démocratique horizontale. Elle s'est entendue sur une trame de communication assez large et a posé les bases des règles de terrain tactiques (par exemple, une entente commune sur la non-violence, des responsabilités spécifiques pour chaque lot de groupes d'affinités, etc.). Rien n'était programmé, c'était chaotique, décentralisé, mais tout le monde était connecté.

L'action du Citizen's Posse, elle, était parfaitement scénarisée. Les partenaires de la coalition ont réfléchi au cadre d'action et se sont mis d'accord dessus dès le départ. Le scénario devait être béton, parce que l'action reposait plus sur le théâtre et sur l'histoire que sur une fermeture pure et simple de l'hôtel ciblé. Même si c'était avant tout une action de communication, elle avait l'air d'une action concrète, parce que le théâtre lui-même était militant et qu'on avait donné un rôle à jouer à tous ceux qui participaient.



PRINCIPE FONDAMENTAL

NE DITES PAS : MONTREZ! Les actions en disent plus long que les mots. Les meilleures actions de rue de masse mettent un problème sur la table en mobilisant des milliers de gens de tous horizons rassemblés pour lutter contre une injustice partagée. Avec un peu de chance, vous pouvez vous retrouver directement sur le lieu du crime, ou dans un lieu emblématique du pouvoir symbolique, et montrer concrètement à vos adversaires (et à vous-mêmes) que le peuple uni jamais ne sera vaincu.

ATTENTION AU PIÈGE! Au mieux, les actions de rue de masse provoquent un joli chaos organisé. Mais les provocateurs (de leur côté ou du nôtre) peuvent facilement bousculer un équilibre précaire et provoquer une bataille cauchemardesque entre flics et manifestants. À moins que vous ne vous soyez entendus sur cet objectif, il vous faut des accords et des principes forts, et vous devez vous préparer à assurer la sécurité de ceux qui se sont joints à votre appel à agir.



TACTIQUE L'action directe

Par **Joshua Kahn Russell**

« *L'action directe porte toujours ses fruits.* »

Industrial Workers of the World

USAGES COURANTS

Enrayer un processus; créer de nouvelles opportunités; exercer une pression sur une cible; réinventer le possible; intervenir au sein d'un système; donner les pleins pouvoirs au peuple; défendre une juste cause; braquer les projecteurs sur une mauvaise action.

L'action directe est au cœur de tous les progrès de l'humanité. Vous trouvez que ça a l'air d'une affirmation grandiose? C'en est une. Mais c'est aussi d'une simplicité enfantine : l'action directe signifie qu'on mène une action collective pour changer nos conditions de vie, sans confier le pouvoir à un intermédiaire.

On peut trouver des occurrences d'actions directes dans des paraboles et des contes régionaux, dans la *Bible*, la *Torah* et le *Coran*, dans tous les mouvements et toutes les révolutions populaires de l'histoire moderne. Ce sont généralement des gens qui ont peu de moyens et cherchent à s'affranchir d'une injustice qui recourent à l'action directe.

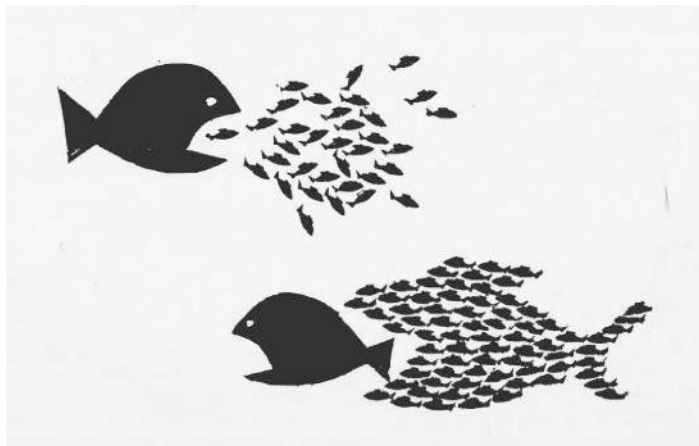
On associe souvent « action directe » à « arrestation ». Certes, votre message fera plus de bruit si vous vous faites arrêter, et l'arrestation peut faire partie de la stratégie à déployer pour atteindre votre but, mais ce n'est pas pour autant l'enjeu de l'action directe. (Dans la plupart des luttes de libération qui émaillent l'histoire, « se faire capturer » est précisément mal vu !)

De même, on associe fréquemment l'action directe à la désobéissance civile. La désobéissance civile est une forme particulière d'action directe qui implique de ne pas respecter une loi volontairement parce que cette loi est injuste

– par exemple, refuser de payer des impôts qui financeraient une guerre, ou refuser de se plier aux lois anti-immigration. En pareilles circonstances, l'objectif, c'est de ne pas respecter la loi. Avec d'autres formes d'action directe, on peut ne pas respecter les lois, mais ce n'est pas l'enjeu pour autant. Par exemple, on peut être coupable d'infraction si on accroche une banderole à un immeuble, mais l'infraction est accidentelle : on n'est pas là pour manifester qu'on enfreint la loi.

Si on l'associe à la confrontation, l'action directe, à sa racine, a à voir avec le pouvoir. Une bonne action directe prend en considération la dynamique du pouvoir et cherche un moyen de l'ébranler.

On peut envisager le pouvoir sous deux angles différents : l'argent organisé, ou bien le peuple organisé. Le peuple ne dispose pas de milliards de dollars pour s'offrir des politiciens et des gouvernements, mais, avec l'action directe et s'il est organisé, il dispose d'une tout autre monnaie d'échange : le risque – c'est ça, qui constitue notre mise. Ce sont notre liberté, notre confort, nos privilèges ou notre sécurité que l'on met en jeu.



Comme le disait Frederick Douglass, « le pouvoir ne cède rien sans qu'on le lui réclame ». Et Malcolm X développait : « Le pouvoir ne recule jamais, sauf devant un pouvoir plus grand. » On essaie de changer directement la dynamique du pouvoir plutôt que de s'en remettre à d'autres pour faire ces changements en notre nom, via le vote ou le lobbying.



THÉORIE FONDAMENTALE

LOGIQUE DE L'ACTION : Parce que l'action directe est un acte physique, elle en dit souvent plus long que tout ce que vous pourriez dire ou écrire. Dans l'idéal, vous choisissez votre cible et vous concevez votre action de telle sorte que l'action parle d'elle-même.

ATTENTION AU PIÈGE ! L'action directe suppose une prise de risque significative pour toutes les personnes impliquées. Il faut impérativement être prudent, réfléchi et conscient des risques encourus. Un bon coordinateur d'action sait faire la distinction entre les risques qu'il peut (et doit) minimiser, et ceux qu'il ne maîtrise pas, et il en expliquera toujours les possibles conséquences aux participants.



TACTIQUE L'action décentralisée

Par Phil Aroneanu

USAGES COURANTS

Démontrer l'ampleur, la diversité et la puissance d'un mouvement; attaquer sur plusieurs fronts simultanément.



Le 24 octobre 2009 s'est déroulée la première journée internationale d'action pour le climat à l'initiative de l'organisation 350. Elle a été qualifiée par CNN de « plus immense journée d'action politique de toute l'histoire de notre planète ». On voit ici Pappy et Jarrah qui tiennent dans leurs mains une planche 350 sur la Grande Barrière de corail. Photo de 350.org.

On va sur Internet pour les journaux, pour les réseaux sociaux et pour partager des informations, mais Internet peut aussi être un outil radical pour connecter dans le monde entier les gens qui sont au service d'une cause commune. On peut s'en servir pour signer une pétition, par exemple, mais également pour lancer de véritables actions d'envergure mondiale dans nos villes et nos cités. Dans le meilleur des cas, une action décentralisée fait rayonner la

L'action décentralisée 29

puissance du mouvement et donne aux militants le sentiment de faire partie d'un tout bien plus grand. C'est une tactique particulièrement efficace quand le mouvement est jeune, fragmenté, et que son réseau est limité.

Une action décentralisée peut contribuer à propulser une campagne et à mettre un problème grave au premier plan de bien des façons, mais voici quelques éléments clés :



Journée internationale d'action pour le climat à l'initiative de l'organisation 350, Le Caire. Photo de 350.org.

Le jour de l'action. Un groupe de personnes lance un appel à agir et fournit un même *voir Théorie* : les mêmes, un message ou un cadre pour que d'autres personnes à travers le monde puissent lancer une action similaire au même instant. Le fait que ces événements se déroulent tous au même moment engendre une certaine puissance et attire l'attention sur ce qui est en jeu. Une action peut être très disciplinée ou très structurée pendant des jours et des jours (voire des semaines), mais elle peut aussi avoir un petit air d'auberge espagnole où tout le monde apporte le plat qu'il se sentait de cuisiner. Les organisateurs peuvent tout à fait

choisir de consacrer du temps et de l'énergie à choisir des lieux qui vont servir d'étendards pour contribuer à l'édification de l'histoire et pour passer au stade supérieur à certains endroits.

L'appel à agir. Un appel à agir ne devrait pas seulement rencontrer de l'écho auprès de vos réseaux et de vos soutiens proches, mais également raconter une histoire accessible au plus grand nombre et motiver de nouveaux leaders volontaires à prendre la rue. Selon les circonstances, un appel à agir peut tout à fait porter en soi une demande de leaders politiques, ou bien se réduire à une simple expression de doléances, tel l'appel d'#occupywallstreet.

C'est à vous de fournir les outils. Ce qui compte le plus dans une action décentralisée, c'est un travail acharné, une histoire captivante et une bonne dose d'inspiration. Mais fournir des ressources supplémentaires peut être utile pour tous les nouveaux militants qui n'avaient jamais organisé d'action jusqu'à présent. Ça peut être aussi simple que de poster un lien vers un site Web où ils pourront trouver, entre autres, des affiches, des listes de choses à faire ou des exemples de communiqués de presse. Certains types d'actions, surtout celles qui impliquent une action directe non violente, auront plus besoin d'être soutenues que d'autres.



PRINCIPE CLÉ À L'ŒUVRE

L'ESPOIR EST UN MUSCLE

Une action décentralisée réussie exige un engagement de tous les participants. On a vite fait d'avoir l'impression que personne n'écoute. L'action décentralisée fonctionne

à l'inspiration, à l'instant présent, à l'espoir et à l'huile de coude. Si l'histoire que vous racontez rencontre de l'écho, faites de votre mieux pour transmettre le pouvoir d'agir aux autres, gardez le sourire et la niaque, et vous pourrez obtenir une grande action décentralisée réussie.

ATTENTION AU PIÈGE! Une action décentralisée est risquée par nature. Non pas physiquement, mais politiquement : vous lancez un appel, et des gens que vous n'avez jamais rencontrés vont y répondre et s'engager sous votre bannière. Certains sont susceptibles de s'éloigner de la ligne ou de faire quelque chose d'idiot, et, à cause de cela, vous êtes contraint de vous engager à limiter la casse. Ça fait partie des risques qu'il y a à employer cette tactique, dont la structure est ouverte, mais ça ne doit pas vous décourager pour autant. La plupart des choses se dérouleront sûrement sans accroc, mais plus vous vous en tenez aux directives qui précèdent – un cadre solide, un appel clair à agir et de bons outils pour aider les gens à rester sur les rails –, moins vous aurez de problèmes. Beaucoup de groupes vont également suivre des directives de non-violence ou un code de conduite que les gens s'engagent à respecter lorsqu'ils procèdent à leur inscription en ligne.



TACTIQUE Le canular

Par Mike Bonanno

« Il faut parfois un mensonge pour qu'éclate la vérité. »

— Sun Tzu, L'Art de la guerre

USAGE COURANT

Créer une illusion temporaire qui met une injustice au grand jour grâce à l'exagération et à la satire, ou bien qui montre comment une autre réalité serait possible.

Le 15 avril 2011, lorsque la General Electric a annoncé qu'elle allait renvoyer son remboursement d'impôt illégitime (mais légal) de 3,2 milliards de dollars, et également faire pression pour que l'on mette un terme aux lacunes du système de l'impôt sur les sociétés qui lui avaient permis d'y échapper dès le départ, c'était trop beau pour être vrai. Depuis combien de temps n'avait-on pas vu une société américaine de premier plan porter l'étendard de la morale ?

Euh... depuis toujours ! Car cette annonce était un canular, initié par l'organisation pour l'équité fiscale US Uncut et réalisé avec l'aide du Yes Lab. Cette fois-là, l'action s'est limitée à un simple communiqué de presse ressemblant à s'y méprendre à un authentique communiqué de la General Electric. Un rédacteur de l'agence de presse Associated Press, qui avait tout autant envie d'y croire que l'ensemble de ses compatriotes, s'en est emparé et l'a fait circuler. Il n'a fallu que quelques minutes pour que le communiqué soit démonté point par point, mais, durant la tornade médiatique qu'il a générée (dont un plongeon temporaire de 3 milliards de dollars de la valeur des actions de la General Electric), US Uncut a pu se faire entendre à une échelle qui n'est généralement accessible qu'à ceux qui peuvent s'octroyer un tel privilège.

Pour les militants, les canulars sont un moyen d'«acheter» du temps d'antenne qu'ils ne pourraient pas s'offrir autrement. Plutôt que de se plaindre que la presse est calibrée pour faire écho aux intérêts des puissants voir *Théorie : Le modèle de propagande*, le canular met ce travers à profit. Si l'on s'approprie la parole des puissants et que l'on raconte une histoire autrement plus intéressante que celle qu'ils ont coutume de raconter, on peut bien souvent s'offrir une tribune improvisée, et pas des moindres. Une fois le canular révélé (généralement dans les minutes ou les heures qui suivent), les militants peuvent faire entendre leur véritable discours au public, souvent assistés par de très nombreux journalistes qui sont secoués par le tour qui vient d'être joué aux puissants.

Il est préférable de révéler un canular sans tarder. Dans un cas comme celui-là, le but final est de faire connaître la vérité au plus grand nombre. Au Yes Lab, nous avons pour philosophie de ne jamais laisser perdurer un mensonge. Cette philosophie s'inscrit à l'opposé de la façon de procéder de ceux qui détiennent le pouvoir. Les canulars grandioses qu'ils perpétuent à l'encontre du peuple – quelle qu'en soit la nature, et ça va de la simple campagne de blanchiment aux complots inextricables pour corrompre la démocratie¹ – n'ont jamais été conçus pour être démontés point par point. Les militants, en revanche, révèlent généralement leurs canulars dès que l'occasion se présente. À ce propos, l'épigraphe de cette section n'est pas de Sun Tzu : il est extrait du livret du DVD *Les Yes Men refont le monde*.

1. En 1991, l'agence de relations publiques Hill and Knowlton a inventé une fiction pour le compte du gouvernement koweïtien, établissant que des soldats irakiens avaient sorti les bébés prématurés des incubateurs après avoir envahi le Koweït. Leur histoire et leurs «témoins oculaires» fabriqués de toute pièce ont fait gagner à George Bush père la faveur de la population américaine, dont il avait besoin pour envahir l'Irak. Ce canular n'était pas censé être dévoilé, mais la vérité a fini par éclater grâce aux journalistes d'investigation. C'est un exemple parmi tant d'autres, que vous pourrez retrouver sur le site www.gregpalast.com.



Liz Cole, Scott Beiben et Andy Bichlbaum montrent la une de l'édition canular du New York Times titrée « Fin de la guerre en Irak »

.....

PRINCIPE FONDAMENTAL

SERVEZ-VOUS DU POUVOIR DE SUGGESTION DES JEDI : Avec un simple site Internet, une ligne téléphonique et un peu de bon sens, on peut se faire passer pour n'importe qui. Tout ce que vous avez à faire, c'est utiliser la Force !

ATTENTION AU PIÈGE! Il y a toujours une frange de la population qui méprise la simple idée du mensonge, quel que soit l'objectif recherché. Si c'est ce petit groupe moralisateur, généralement de gauche, que vous cherchez à gagner à votre cause, réfléchissez-y à deux fois.



TACTIQUE

La comédie de la guérilla électorale

Par L.M. Bogad

USAGE COURANT

Se présenter aux élections pour faire une farce inspirée - non pas pour remporter l'élection, mais pour attirer l'attention sur une critique radicale de la politique ou bien pour saboter la campagne d'un candidat particulièrement haineux.

Un groupe de «gnomes» éco-anarchistes se présente au conseil municipal à Amsterdam. Le révérend Billy, un artiste militant contre la société de consommation, est candidat à la mairie de New York City. Un drag-queen se présente aux sénatoriales en Australie sous les traits d'un sosie queer de la politicienne raciste d'extrême droite Pauline Hanson... Il y a toutes sortes d'exemples de comédie de la guérilla électorale, où des militants pleins d'imagination se présentent aux élections pour encourager la critique du système électoral ou celle des choix qui sont proposés.

L'expression guérilla électorale mêle deux approches en apparence incompatibles. Les militants électoraux travaillent dans les allées les plus classiques et les plus convenues du pouvoir étatique pour tenter de réformer le système en douceur. Les guérillas, au sens militaire, se déroulent en marge du système social, sont constamment sur la brèche, et lancent des attaques surprises contre l'État avant de se fondre de nouveau dans la nature. Cette contradiction est ce qui fait de la comédie de la guérilla électorale une carte joker dans le répertoire de la résistance, à la fois pour la cible et pour le militant. C'est un mélange instable et problématique qui peut prendre tous les participants par surprise.

L'objectif est rarement de remporter le scrutin. Cependant, si elle encaisse la considérable attention médiatique générée

par les élections, une campagne de guérilla bien menée peut attirer bien plus l'intérêt du public que cela ne serait possible autrement. Imaginez donc un personnage amusant et fascinant, en phase avec votre critique : disons par exemple un pirate favorable aux grandes sociétés qui veut tirer son épingle du jeu dans le pillage pépère auquel on s'adonne à Wall Street. Composez votre personnalité et commencez à torpiller les événements politiques d'envergure – ou bien faites toute une scène si on vous empêche de les torpiller. Mieux encore, faites scandale pour attirer l'attention en fracassant votre propre absurdité contre la porte d'entrée de la structure du pouvoir en réussissant à vous faire inviter à un débat avec égalité du temps de parole, ou bien débrouillez-vous pour faire figurer le nom ridicule de votre personnage sur les listes électorales, ou bien faites-vous interviewer par les médias traditionnels dans la peau de votre personnage.

DEUX, TROIS CHOSES À AVOIR EN TÊTE : Faites la même chose qu'eux, mais avec une distance critique. Si vous vous y prenez bien, en reproduisant à l'absurde les clichés des candidats « dignes » vous pouvez attirer l'attention sur le fait qu'ils sont tout bonnement bidons et construits socialement, le tout dans la peau de votre pirate/gnome/sorcière, etc. Prenez part à des inaugurations. Tenez des bébés dans vos bras. Faites ressortir la symbolique creuse de ces rituels et glissez-y votre propre critique radicale ainsi que de nouveaux sens avec quelques bons mots.

Mélangez des éléments sérieux et des éléments amusants dans votre plate-forme électorale. En fait, vous devez démontrer quelque chose de sérieux au milieu de toutes ces absurdités et de toutes ces blagues, et vous devez faire cette démonstration tant que le public s'intéresse à vous. Au cours de la campagne pour la mairie de San Francisco en 1979, Jello Biafra a fait du bon boulot lorsqu'il a fallu mettre ce principe en action. Certaines personnes ont ri



Joan Jett Blakk a mené une campagne queer et militante lors de la présidentielle de 1998.
Photo de Marc Geller.

jaune en lisant son programme « Si je suis élu » ; certains points – comme de proposer que les flics de proximité soient élus par les quartiers qu’ils patrouillent – ont fait dire aux gens : « Hmmm, c’est pas si bête ! » Attirez-vous l’attention du public grâce à l’humour et enchaînez avec quelques idées simples, radicales, du genre que tout le monde attend voir *Tactique : L’intervention pré-figurative*. Ainsi, vous ne vous

contentez pas de parler de ce contre quoi vous vous inscrivez, mais vous parlez également de ce pour quoi vous vous prononcez.

Bien interprétée, la comédie de la guérilla électorale est, dans le meilleur des cas, une pièce on ne peut plus sérieuse.



PRINCIPE FONDAMENTAL

IL FAUT QUE CE SOIT DRÔLE : N'oubliez pas que c'est une farce. Les élections sont un rituel du pouvoir séduisant. Si vous vous y prenez bien avec une guérilla électorale, vos canulars critiques et intelligents et vos incursions dans le débat « légitime » attireront beaucoup d'attention. Cela peut vous conduire, vous ou certains membres de votre équipe, à penser : « Eh ! Si ça se trouve, on pourrait gagner – on devrait calmer le jeu et devenir plus respectables. » La campagne prend alors la tournure d'une candidature ennuyeuse de plus, sans argent ni connexions avec les gens qui sont dans la place. Quel ennui ! C'est fini. La guérilla électorale tire une grande partie de sa force du fait que vous n'essayez pas de gagner le pouvoir étatique parce que vous remettez avant tout en cause ses principes fondamentaux.

ATTENTION AU PIÈGE ! S'il y a un des candidats en lice que vous soutenez vraiment, prenez garde à faire en sorte que votre campagne amplifie la sienne, ou au moins ne lui mette pas de bâtons dans les roues. Ne laissez pas votre satire prendre le pas sur votre allié au point de détourner l'attention de sa campagne à lui.



TACTIQUE

Le démantèlement stratégique des outils de l'ennemi

Par Isabelle Frémeaux

USAGES COURANTS

Exposer une lutte au grand jour ; faire perdre du temps et de l'argent à sa cible ; exprimer la colère sans violence et avec dignité.

Choisissez un site emblématique d'une lutte globale, d'une profonde injustice, d'un système pervers. Rassemblez un groupe d'alliés, qu'il soit immense ou restreint. Canalez votre rage en une dignité calme et résolue. Munissez-vous d'outils simples, puis allez méticuleusement et de manière déterminée démonter, déboulonner, détraquer, détériorer, arracher l'incarnation de votre courroux.

Vous disposerez ainsi des éléments d'une action efficace, dépassant le pur symbolisme, au message clair et sans équivoque. Si elle est bien menée, elle sera abondamment reprise par les médias et permettra de propulser le sujet de votre révolte au cœur des discussions politiques nationales, voire internationales. Surtout, votre action aura fait perdre du temps et de l'argent (les nerfs de la guerre !) à votre cible.

En France, la Confédération paysanne est une habituée du genre. Son premier fait d'armes en la matière est le désormais célèbre « démontage du McDonald's de Millau », mené avec le syndicat des producteurs de lait de brebis en juin 1999 pour protester, à quelques mois des grandes négociations de l'OMC à Seattle, contre la surtaxation du roquefort par les États-Unis (lesquels se vengeaient ainsi d'un embargo de l'Union européenne sur le bœuf aux

Le démantèlement stratégique des outils de l'ennemi 41

hormones) et, par extension, contre la globalisation, qui était en train de tuer la paysannerie. Si le «restaurant» a bien fini par ouvrir ses portes, les paysans, devenus superstars (et dont le flair médiatique les poussera à se rendre à la prison en tracteur par la suite), auront sans nul doute réussi à mettre au cœur des débats la question de la «malbouffe», de l'iniquité profonde des règles commerciales internationales et de la précarité de la paysannerie dans le monde entier.

Quinze ans plus tard, le 28 mai 2014, une cinquantaine de paysans de la Conf' équipés de pinces et de clés à molette investissent la salle de traite de la ferme dite «des Mille Vaches» pour en démonter des pièces maîtresses. Ils empêchent ainsi la mise en route de cette ferme-usine et dévoilent au grand jour un étendard de l'agriculture industrielle où les conditions d'élevage sont source de souffrances atroces pour les animaux, dont la concentration est telle que, la plupart du temps, seul un déferlement médicamenteux permet d'éviter les catastrophes sanitaires, et dont les rejets multiples créent une immense pollution terrestre et aquatique.

Bien entendu, ce genre de tactique ne s'applique pas uniquement à des bâtiments. Un groupe de trois femmes anglaises l'a ainsi expérimenté dans une visée pacifiste lorsque, en 1996, elles ont rendu hors d'usage un avion de chasse destiné à être vendu par la Grande-Bretagne à l'Indonésie aux fins de bombarder le Timor-Oriental. Indignées par les massacres perpétrés dans cette région, elles s'infiltrèrent dans une usine de la British Aerospace dans le Lancashire et infligèrent 1,7 million de livres (plus de 2 millions d'euros) de dommages au Hawk ZH955. Elles restèrent sur place, laissant en évidence dans le cockpit des documents et des vidéos à propos de la situation indonésienne afin qu'ils constituent des pièces à conviction lors de leur procès. Elles furent acquittées six mois après leur

arrestation, ayant convaincu le jury que leur crime avait permis d'en éviter un autre bien plus grand.

Dans le monde entier, le démantèlement des outils de l'ennemi continue de faire ses preuves : actions d'arrachage de plants OGM pour enrayer l'emballlement des firmes biotech ; dégonflement systématique des pneus de 4 × 4 pour souligner l'aberration écologique que représentent ces véhicules ; déménagement temporaire du matériel de bureau d'entreprises d'armement dans leur hall d'entrée...



PRINCIPE FONDAMENTAL

LA COLÈRE N'EST JAMAIS AUSSI EFFICACE QUE LORSQUE LA MORALE JOUE EN VOTRE FAVEUR : Cette tactique fonctionne car, tout en incarnant la révolte et la colère ressenties par celles et ceux qui sont au cœur de l'action, elle reste très éloignée d'actes de destruction individuels et aléatoires qui sont souvent mal compris. La maîtrise, le calme, la dignité et la détermination font véritablement écho à la rage.

ATTENTION AU PIÈGE ! Ce type d'action nécessite d'être très bien préparé, et ce à tous les niveaux : logistiquement, juridiquement, médiatiquement et psychologiquement. Il est important de bien se mettre d'accord sur qui va faire quoi (et donc qui encourt quoi, qui est prêt à en assumer les conséquences), où, comment, etc. On a en général peu de temps devant soi ; il faut donc être efficace, avoir un plan de communication bien établi, un discours intéressant à offrir pour expliquer l'action, avoir prévu quoi faire si et quand les forces de l'ordre interviennent.



Les paysans de la Conf' s'attellent au démontage de l'immense salle de traite de l'usine des Mille Vaches.



Les militants s'appliquent à démanteler une à une les pièces de la salle de traite pour faire perdre un maximum de temps aux propriétaires.

TACTIQUE La flash mob

Par Dave Oswald Mitchell et Andrew Boyd

USAGES COURANTS

Organiser une manifestation de protestation en très peu de temps; reproduire rapidement une tactique à succès, de manière dispersée mais coordonnée; créer un moment partagé de beauté insensée et de gentillesse au petit bonheur.

Une flash mob est une action de masse spontanée, contagieuse, dispersée et qui n'a pas été répétée. Les flash mobs sont apparues pour la première fois en 2003 sous la forme d'une performance artistique participative, avec des groupes de gens qui se sont servis des e-mails, des blogs, des SMS et de Twitter pour mettre le rendez-vous sur pied



Bataille d'oreillers à Wall Street, organisée par Newmindspace en 2009. L'invitation, qui a circulé très largement, précisait simplement : « Apportez un oreiller à l'angle de Wall Street et Broad Street à 15 heures. Venez en costume trois pièces, exigez votre renflouement. »

La flash mob 45

et s'adonner à une sorte d'activité amusante dans un lieu public¹. Plus récemment, des militants ont commencé à exploiter le potentiel politique des flash mobs pour organiser des actions de masse spontanées en très peu de temps.

Depuis peu, les flash mobs sont devenues une tactique puissante dans le cadre de manifestations politiques, particulièrement dans des contextes répressifs. Par exemple, alors que des mesures de répression très dures étaient prises contre les manifestations en Biélorussie en 2011, les dissidents, rassemblés sous le nom de « La révolution via le réseau social », ont commencé à organiser des manifestations spontanées où les participants se réunissaient dans des espaces publics uniquement pour applaudir de concert². Au final, on a vu ce spectacle sidérant : la police secrète arrêtaient des gens avec brutalité simplement parce qu'ils applaudissaient – une puissante remise en cause de la légitimité d'un régime de plus en plus irrationnel.

Des tactiques type flash mob ont également servi à renverser le président Hosni Moubarak en Égypte. Pour des raisons de sécurité, les organisateurs appelaient les manifestants à se rassembler d'abord dans les allées et autres espaces protégés, avant de gagner les rues, chaque fois plus nombreux. Le blogueur Patrick Meier nous explique le raisonnement derrière cette approche :

« Commencer à petite dose et loin des principales manifestations est un moyen sûr de rassembler des manifestants. Il s'agit aussi de créer une approche graduée à la dynamique

1. Le sens de « flash mob » qui s'est répandu dans la culture populaire est généralement limité à des chorégraphies surprises effectuées en public. Mais, pour les besoins de l'organisation, ces chorégraphies soigneusement préparées relèvent plus de la « guérilla » que de la « flash mob ». Les caractéristiques précises d'une flash mob – une action de masse spontanée, contagieuse, dispersée et qui n'a pas été répétée – ont leurs avantages spécifiques et nécessitent une batterie de principes organisationnels différente de celle d'une chorégraphie surprise.

2. « Des dizaines de personnes arrêtées lors de la manifestation d'"applaudissements" en Biélorussie », Al Jazeera English, 3 juillet 2011.

de la “force par le nombre”. Comme les gens étaient de plus en plus nombreux à se rassembler dans les rues les plus petites, ils sentaient qu’ils faisaient partie du mouvement et ils étaient confiants. Commencer dans les ruelles, ça situe bien l’initiative. Les gens sont vraisemblablement voisins, et ils se joignent au mouvement parce qu’ils voient leur ami ou leur sœur dans la rue¹. »

On peut aussi citer, parmi les exemples d’utilisation efficace de la tactique de la flash mob, l’action d’UK Uncut. En octobre 2010, une semaine après que le gouvernement britannique eut annoncé des coupes franches dans les services publics, soixante-dix personnes ont occupé un magasin Vodaphone à Londres pour attirer l’attention sur le montant record d’impôts non payés par cette société. L’idée s’est alors répandue comme une traînée de poudre : en l’espace de trois jours, on avait fermé plus de trente magasins Vodaphone dans tout le pays grâce à des flash mobs qui s’organisaient sur Twitter avec le hashtag #ukuncut.

On commence seulement à prendre conscience du potentiel révolutionnaire d’une action dispersée, coordonnée, respectant les tactiques des flash mobs. Comme Micah White l’a écrit dans *Adbusters* :

« Amusantes, faciles à organiser et imperméables à la fois à l’infiltration et à la préemption, et ce à cause de leur topologie du réseau de copinage, les flash mobs sont en bonne place pour devenir la prochaine tactique populaire à potentiel révolutionnaire. (...) Avec les flash mobs, les militants disposent de ce qu’il leur faut pour prendre de court le capitalisme dans sa globalité². »

1. « Des tactiques de résistance civile employées dans la révolution égyptienne », *irevolution*, 7 février 2011, <http://irevolution.net/2011/02/27/tactics-egypt-revolution-jan25/>.

2. Micah White, « To the Barricades », *Adbusters* 94, mars-avril 2011.



PRINCIPE FONDAMENTAL

DES RÈGLES SIMPLES PEUVENT PRODUIRE DE GRANDS RÉSULTATS : Que ce soit une bataille d'oreillers de masse (apportez un oreiller et frappez n'importe quelle personne venue avec un oreiller), ou la fermeture d'une banque (faites la queue, demandez à la personne au guichet de vider votre compte en petite monnaie, le tout avec une politesse désarmante), on peut facilement partager l'invitation à prendre part à une flash mob, mais lorsqu'elle est multipliée par des dizaines ou des centaines de personnes, elle peut conduire à des actions d'une redoutable efficacité, complexes et dispersées.



TACTIQUE

La grève de la dette

Par Sarah Jaffe et Matthew Skomarovsky

« Si vous devez 100 dollars à votre banque, c'est votre problème. Mais si vous leur devez 100 millions de dollars, alors là, c'est la banque, qui a un problème. »

John Paul Getty

USAGE COURANT

Riposter face à l'exploitation financière quand tant de gens sont écrasés par la dette.

À quoi ça peut bien ressembler, de refuser de coopérer avec sa propre oppression? Parfois, ça ressemble à Rosa Parks qui refuse de s'asseoir au fond du bus. Parfois, c'est plus discret – par exemple, un refus organisé de régler les traites mensuelles.

Comme les salaires sont figés dans de nombreux pays depuis les années 1970, de plus en plus de gens se sont mis à souscrire des emprunts pour financer leur logement, l'éducation de leurs enfants et leurs dépenses de santé. Les banques n'ont pas hésité un seul instant à suivre le mouvement et ont profité de cette explosion de la dette, qui entretient les inégalités économiques, faisant gonfler une énorme bulle de crédit qui piège des millions de gens avec une forme de servitude par contrat.

Quel qu'en soit le coût, la plupart des gens se sentent obligés de rembourser les emprunts, ou alors commencent à craindre le pire s'ils font défaut, mais, avec la crise financière, la donne s'est mise à changer. Après avoir constaté que le gouvernement fourguait des billions de dollars aux grandes banques sous forme de plans de sauvetage et de prêts douteux, de plus en plus de gens envisagent le fardeau de notre dette comme un problème structurel et comme une gigantesque arnaque plutôt que sous l'angle d'un échec

personnel ou d'une obligation légitime. Mais ça ne nous mènera à rien de réclamer l'annulation de notre dette aux politiciens ou aux banques, précisément parce qu'ils tirent leurs profits de nos paiements. Ce dont nous avons besoin, c'est de la force.

Là, vous introduisez l'idée de la *grève de la dette*, une expérience de négociation collective pour les débiteurs. L'idée est simple : en bloc, on cesse de régler nos factures aux banques jusqu'à ce qu'elles négocient. Comme elles ne peuvent plus fonctionner sans ces remboursements – ceux des emprunts étudiants, des emprunts immobiliers ou des crédits à la consommation –, elles sont sous pression pour négocier, et pas qu'un peu ! Une telle grève peut s'associer aux exigences de réforme du système financier, d'abolition des conditions de prêt usuraires et déloyales ou d'annulation immédiate de la dette. Les grévistes pourraient même collectiviser tout ou partie de l'argent qu'ils ne remboursent plus, et le verser à un « fonds de grève » pour soutenir leur campagne ou lancer un système de crédit alternatif basé sur la communauté.

La clé, c'est la coordination. On ne peut pas agir isolément, sinon on s'expose aux représailles et à la division. À la place, les participants doivent tous signer un pacte – public ou confidentiel – dans lequel ils s'engagent à cesser de payer certaines factures. Une fois qu'on a rassemblé suffisamment de signataires pour faire pression, on se met en grève. Pendant ce temps, il faut s'organiser sans répit, tenir les signataires informés des cumuls, rassembler les doléances, consigner les histoires de dettes les plus effroyables, et observer l'élite financière qui se met à paniquer.

Une grève de la dette, c'est simple, c'est audacieux, et on peut s'y mettre facilement – c'est bien plus simple que de payer les traites, puisque tout ce que vous avez à faire, c'est *ne pas* payer les traites. Il faut du courage et le soutien de son entourage, mais ça procure une satisfaction

immédiate. Qui ne méprise pas cette corvée mensuelle qui consiste à se priver de précieuses liquidités destinées à engraisser des institutions financières malhonnêtes et destructrices?



(NdT : Student loans = prêts étudiants). Gan Golan déguisé en Maître des Diplômes. Extrait du livre *The Adventures of Unemployed Man* (Les aventures de Chômeur-man) de Gan Golan et Erich Origen. Photo de Friedel Fisher.

Bien qu'aucune grève de la dette massive n'ait encore été organisée, on y vient. Depuis des années, les gens se mobilisent pour lutter contre les saisies et les prêts aux clauses déloyales. La campagne du mouvement Occupy Student Debt vise à rassembler un million de promesses de refus de rembourser les prêts étudiants. Un autre groupe est en train de monter un système de pacte social pour rassembler les débiteurs par quartier, par organisme prêteur commun et par doléance. Les réseaux sociaux, les plates-formes de promesses d'agir comme ThePoint.com et les agrégateurs d'histoires comme Tumblr peuvent très vite devenir des armes sur le champ de bataille de la dette.

On a déjà l'indignation, les coordinateurs, les techniques et les outils nécessaires, et la tactique n'a probablement jamais été aussi justifiée. La grève de la dette est déjà là, et elle s'apprête à prendre le monde d'assaut.



THÉORIE FONDAMENTALE

LA RÉVOLTE DE LA DETTE : Trop souvent, la dette est considérée comme un échec personnel dont on ne devrait pas parler en public, plutôt que comme une lutte collective contre une exploitation systémique. On a aussi tendance à envisager la dette comme un fait non-négociable plutôt que comme une construction sociale. Une fois qu'on a compris que les dettes sont des fictions partagées par tous pouvant être renégociées ou même rejetées dans leur intégralité, on se rend compte qu'on a le pouvoir de débrancher le courant d'un système qui ne repose que sur notre isolement, notre honte et notre consentement. La dette domestique des États-Unis s'élève à environ 90 % du PNB, elle grossit presque deux fois plus vite que les revenus véritables, et, comme l'a fait remarquer Mike Konczal, elle impacte sans commune mesure les 99 % d'en bas. Pour reprendre le slogan de la campagne Occupy Student Debt : « Tu peux pas payer ? Tu veux pas payer ? T'as qu'à pas payer ! »

ATTENTION AU PIÈGE ! Alors que la signature initiale est aussi facile à apposer que sur une pétition en ligne, la grève de la dette, contrairement à une pétition, peut avoir des conséquences graves. Faire défaut sur un prêt peut impacter votre indice de solvabilité, lequel peut à son tour gravement impacter votre capacité future à obtenir une carte de crédit, à louer un appartement, à acheter une voiture ou même à

trouver un emploi. Ainsi, une grève de la dette réussie aura besoin de réseaux de soutien pour les grévistes, de même qu'un syndicat dispose d'un fonds pour soutenir les travailleurs en grève. Atteindre le nombre crucial requis pour que cette tactique soit efficace peut aussi être un défi. Une grève de la dette ne peut être efficace qu'à grande échelle.



TACTIQUE

La grève générale

Par **Stephen Lerner**

« Qu'on les gagne ou qu'on les perde, les grèves massives révèlent toujours la vérité. »

Jeremy Brecher, Strike!

USAGES COURANTS

Exercer une véritable pression sur une cible politique ou du monde des affaires en l'empêchant de poursuivre ses affaires courantes; relever le défi que représente l'organisation de travailleurs vulnérables au sein de secteurs isolés.

Les grèves générales d'une journée, comme celles qui ont eu lieu au Royaume-Uni et à Oakland en novembre 2011, sont avant tout des manifestations symboliques, et relèvent plus d'une question de principe politique que d'une réelle volonté de créer une pression économique. Pour exploiter le véritable potentiel de cette tactique, les grèves générales ne doivent pas se cantonner à des manifestations symboliques d'une journée, mais devenir des actions durables de plusieurs jours, voire de plusieurs semaines, avec pour objectif affiché d'infliger des sanctions politiques et économiques, jusqu'à ce que les grévistes obtiennent satisfaction.

Les grèves peuvent se révéler une arme puissante pour bousculer l'équilibre des pouvoirs sur les lieux de travail et de production. Au cours des cent cinquante dernières années, si des générations de travailleurs ont obtenu de meilleurs salaires, de meilleures conditions de travail et des droits de négociation fondamentaux, c'est parce qu'ils ont cessé de travailler et empêché que le travail se poursuive.

Cependant, l'idée romantique que l'on peut se faire des grèves, et des grèves générales, est un peu réductrice. À cause de la concentration croissante du pouvoir des sociétés transnationales et des diverses lois qui limitent les droits des travailleurs, la plupart des grèves aux États-Unis ne sont

plus que des actions d'arrière-garde rarement couronnées de succès lorsqu'il s'agit de faire face aux coupes dans les salaires et les avantages sociaux. Les travailleurs ont besoin de faire preuve d'imagination pour réinventer cette tactique afin que les grèves soient de nouveau une arme efficace permettant que justice soit rendue. Les travailleurs doivent plus particulièrement mesurer, et exploiter, le pouvoir des grèves générales et interprofessionnelles.

Les grèves générales des concierges menées à Los Angeles (2000), Boston (2002) et Houston (2006) à l'échelle de



Le chat Sabo de l'International Workers of the World (IWW) nous invite à la «Grève générale!». Illustration d'Eric Drooker.

toute la ville illustrent ainsi comment la grève générale de toute une industrie est parvenue à forcer de puissantes sociétés – qui se cachaient derrière des sous-traitants de ménage – à accéder aux revendications de dizaines de milliers de concierges en grève. Des concierges immigrés sans papiers ont pu faire des *sit-in*, bloquer des rues et exercer une désobéissance civile non violente, avec des soutiens du monde entier, pour construire des mouvements qui avaient la capacité de gagner la partie. À plusieurs reprises, les grévistes et ceux qui les défendaient ont vraiment stoppé le cours des affaires courantes dans les quartiers d'affaires des villes. Les grèves, qui voyaient s'affronter les pauvres concierges et les riches propriétaires, ont bénéficié du soutien massif du public et les demandes des travailleurs ont été exaucées.

Si les concierges en grève sont parvenus à leurs fins, c'est parce qu'ils ne cessaient de progresser dans l'escalade de leurs tactiques. Au lieu de simplement s'engager à faire un piquet de grève sur leur lieu de travail, chaque concierge, libéré de son travail par la grève, est devenu coordinateur à plein temps et a mené campagne contre les sociétés et les politiciens qui contrôlent l'industrie de l'immobilier visée par les travailleurs et prospèrent grâce à elle. Concrètement, à Los Angeles, ça signifiait que des milliers de grévistes/coordonateurs travaillaient à plein temps, jour après jour, à organiser les manifestations qui bloquaient les rues et occupaient des bâtiments tout en mobilisant la communauté et en suscitant un soutien unilatéral.

Les concierges en grève étaient bien placés pour se rendre compte que les petites grèves isolées sont rarement efficaces, mais que se lancer dans une grève générale dans toute la ville, même en grand nombre, ne suffit pas non plus pour accéder à la victoire. Pour gagner, les grévistes ont besoin de connaître parfaitement leur cible et ses talons d'Achille, et de concevoir un plan tirant profit de ces

derniers. Aucune action ou tactique ne fournira une pression suffisante. Il faut que l'escalade soit permanente, inventive et courageuse.



PRINCIPE FONDAMENTAL

CHOISISSEZ BIEN VOTRE CIBLE : La réussite des actions sur le lieu de travail tient à un bon choix de cible et à la façon d'exercer au mieux la pression sur cette cible. La cible la plus vulnérable n'est pas forcément la plus évidente – les concierges ont remporté plus de succès en visant les sociétés immobilières pour lesquelles ils travaillaient plutôt que les sous-traitants fantômes qui leur tenaient lieu d'employeurs directs, lesquels étaient bien moins vulnérables à la pression publique et à une mauvaise presse.



TACTIQUE

L'intervention pré-figurative

Par Andrew Boyd

« Ce n'est pas en combattant la réalité existante qu'on va changer quoi que ce soit. Si vous voulez changer quelque chose, construisez plutôt un nouveau modèle qui rendra le modèle existant obsolète. »

Buckminster Fuller

USAGES COURANTS

Donner un aperçu de l'utopie à laquelle on aspire; montrer le monde tel qu'il pourrait être; faire sentir qu'un tel monde n'est pas seulement possible, mais irrésistible.

Beaucoup d'entre nous se démènent pour empêcher le mal de se produire, au point que l'on en vient à oublier d'envisager comment on pourrait améliorer les choses, sans parler d'aller prendre l'air et de créer un aperçu de l'avenir dans lequel on aspire à vivre. L'intervention pré-figurative vise à rétablir l'équilibre dans tout cela.

On a coutume de dire des *sit-in* dans les cafétérias du Mouvement pour les droits civiques aux États-Unis qu'ils étaient braves, courageux, et finalement des actes de résistance réussis contre le régime d'apartheid anti-Noirs de l'Amérique. Ils l'étaient certainement, mais ils étaient aussi profondément pré-figuratifs. Les actions des étudiants – des groupes interethniques de gens qui enfreignaient la loi lorsqu'ils allaient s'asseoir dans les cafétérias pour demander à être servis – présageaient la victoire et préfiguraient le monde dans lequel ils voulaient vivre : ils promulguaient l'intégration désirée.

Les farces, les interventions artistiques, les supports tactiques, les festivals alternatifs et les communautés temporaires, voire la comédie de la guérilla électorale, peuvent

aussi être des moyens efficaces de préfigurer le monde dans lequel nous voulons vivre.

Les interventions pré-figuratives sont des actions directes localisées sur le lieu d'appropriation – c'est-à-dire à l'endroit où les croyances sont faites et défaites, et où l'on peut repousser les limites du possible voir *Théorie : Les lieux d'intervention*. Le but d'une intervention pré-figurative est double : offrir un aperçu séduisant d'un meilleur avenir possible, et – sournoisement ou méchamment – montrer la pauvreté d'imagination du monde qui nous entoure.

De même que pour l'occupation de la place Tahrir en Égypte et pour les campements du mouvement des Indignés sur les places publiques dans toute l'Espagne, les campements Occupy à travers le monde sont des creusets d'interventions pré-figuratives qui offrent aux gens un espace pour créer un modèle réduit du monde démocratique et communautaire qu'ils appellent de leurs vœux. De la même manière, le festival artistique Burning Man fonctionne comme une zone autonome temporaire où l'on peut tester des valeurs et des idées et expérimenter le futur en temps réel voir *Théorie : La Zone autonome temporaire*.

Les balades à vélo mensuelles de l'organisation Critical Mass préfigurent les villes du futur dans lesquelles les vélos défendront le périmètre de leur propre trafic. Il y a aussi l'initiative PARK(ing) Day, durant laquelle les citoyens du pays mettent des pièces pour toute une journée dans les parcmètres et transforment leur parking en parc miniature, en club de jazz ou en mini-piscine publique, pour préfigurer le verdoisement de l'espace urbain et la réappropriation des communs.

En 2006, l'Oil Enforcement Agency (Agence de gestion du pétrole) a mené une campagne d'action théâtrale durant laquelle des militants environnementaux, impeccables avec leurs casquettes et leurs badges style GIGN, se sont fait passer pour des agents d'une officine gouvernementale – une



Banksy déclare : c'est tous les jours PARK(ing) Day!

officine qui n'existe pas, mais qui devrait exister. Les agents dressaient des PV aux 4 × 4, emmenaient les véhicules gourmands en essence à la fourrière lors des salons de l'auto, et, globalement, façonnaient un avenir dans lequel les gouvernements prenaient le changement climatique au sérieux.

Si vraiment l'espoir est un muscle que l'on peut développer avec un peu d'exercice, alors les interventions qui préfigurent le monde dans lequel nous voulons vivre – que ce soit par des actes prophétiques de désobéissance civile, par la constitution de communautés alternatives ou par la mise en scène de farces provocatrices – sont l'un des meilleurs exercices qui soient pour le faire travailler.



PRINCIPE FONDAMENTAL

NE DITES PAS, MONTREZ! Vous pouvez divaguer jusqu'à plus soif sur l'utopie, le monde meilleur dont vous rêvez, la façon dont les choses pourraient changer, etc., sans que

ça prenne pour autant. Si ça se trouve, au fond, vous n'y croyez pas vous-même. Mais faire l'expérience concrète du changement souhaité – que ce soit la une prophétique d'un journal qui ait l'air authentique ne serait-ce que pendant dix secondes, ou bien un vélo blanc sans cadenas posé contre un mur et dont tout le monde peut se servir gratuitement –, c'est le meilleur moyen de crever le cynisme, de stimuler nos imaginations politiques et d'affirmer que, « oui, un autre monde est possible ». Après tout, on ne peut pas créer un monde que l'on n'a pas encore imaginé. Et c'est encore plus savoureux si on y a déjà goûté.

ATTENTION AU PIÈGE! Lorsqu'on joue avec les visions utopiques, on a vite fait de sombrer dans la niaiserie baba-cool et de prendre la fuite dans un pays imaginaire psychédélique. L'idée n'est pas de dépeindre un joli tableau avec plein de licornes et d'arcs-en-ciel, mais de mettre en avant un fragment de quelque chose de visionnaire, de désirable, juste au-dessus du royaume du possible – de telle sorte que votre action écarte les intérêts investis qui empêchent sa réalisation. En résumé, ça doit faire sens. Ce n'est pas en proposant de remplacer l'économie de liquidités et de crédits par une économie de câlins et de bisous que vous allez démontrer que ce sont les Pdg qui nous empêchent d'être heureux.



TACTIQUE

La non-violence stratégique

Par Starhawk et l'Alliance of Community Trainers

USAGE COURANT

Créer un cadre pour l'action directe à base élargie qui favorise la construction de mouvements de masse ouverts, efficaces et variés.

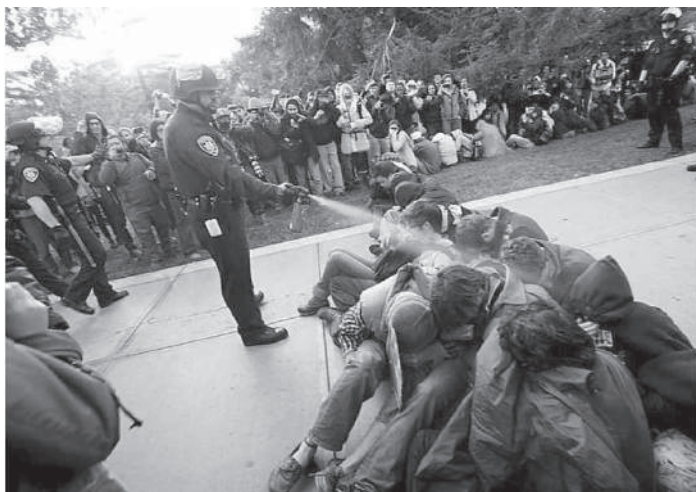
Depuis plus de dix ans, on a tendance à débattre des questions de violence, de destruction de la propriété et des tactiques de confrontation dans le cadre de la diversité des tactiques, mais l'heure est venue de fixer un nouveau cadre. La diversité des tactiques est devenue une bonne excuse pour s'épargner la discussion sur la question de la stratégie et des résultats. Elle nous libère du fardeau du débat sur les prises de position et nous permet de parvenir à des accords sur la façon d'agir ensemble. Elle est devenue un signal codé signifiant « tout est bon à prendre », et, par sa faute, on ne peut plus rendre qui que ce soit responsable des actions entreprises par nos mouvements.

L'action directe de non-violence stratégique est une structure mieux adaptée à nos fins. Au sein d'une structure de non-violence stratégique, les groupes s'entendent clairement sur les tactiques auxquelles ils vont recourir pour une action donnée. C'est un cadre stratégique – il ne porte pas de jugement moral sur la question de savoir si oui ou non l'usage de la violence est approprié, il ne nous demande pas de nous engager à une vie entière de pacifisme à l'instar de Gandhi, mais il nous dit : « C'est ainsi que nous entendons agir ensemble à cet instant précis. » C'est un cadre actif, et non un cadre passif. Il cherche à placer nos adversaires face à un choix cornélien *voir Principe : Mettez votre cible face à un*

choix cornélien, et à souligner la différence entre leurs valeurs et les nôtres.

L'action directe non-violente stratégique a des avantages considérables :

On s'entend sur les types d'action que l'on va entreprendre, et s'y tenir est notre responsabilité à tous. On est d'autant plus forts qu'on s'entend bien. Si je sais à quoi m'attendre au cours d'une action, je peux choisir d'y participer ou non. Ceux qui sont réticents ne sont pas mis en position de devoir répondre d'actes qu'ils n'ont pas commis ou validés.



Fidèles à leur engagement de rester non violents, ces manifestants pacifiques d'Occupy ont pu mettre en évidence la différence entre leurs valeurs et celles de l'administration de l'UC et du lieutenant de police de l'UC Davis John Pike.

Pour parvenir à un accord, on écoute les points de vue des uns et des autres. On n'évite pas les désaccords au sein du groupe, mais on apprend à débattre librement, passionnément et dans le respect les uns des autres.

On s'organise ouvertement, sans crainte, parce qu'on assume nos actions. On peut enfreindre les lois pour mieux respecter les plus hautes lois de la conscience. On ne cherche pas à être punis, et on n'accepte pas non plus le droit du système de nous punir, mais on fait face aux conséquences possibles de nos actions avec courage et fierté.

Parce qu'on s'organise de façon ouverte, il est possible d'accueillir de nouvelles figures dans nos mouvements, et ces derniers peuvent ainsi continuer de croître. Dès qu'on met en place une culture de la sécurité au sein d'un mouvement de masse, celui-ci commence à se refermer sur lui-même et à se racornir.

Même si un cadre d'action directe non-violente ne nous met pas en «sécurité», il nous permet de prendre des décisions claires sur le genre d'actions pour lesquelles on est prêt à prendre des risques. Cela étant dit, on ne peut pas contrôler ce que fait la police, et elle attend rarement qu'une provocation directe ait lieu pour nous attaquer.

Un cadre d'action directe non violente facilite le rejet de la provocation. On sait sur quoi on s'est entendus – et on peut le rappeler à, ou écarter, quiconque nous empresse de recourir à d'autres formes d'action.

Dans cette lutte, il y a toute la place nécessaire pour une diversité des mouvements et des formes d'organisation et d'action. Certains peuvent choisir la non-violence absolue de Gandhi, d'autres peuvent choisir la résistance énergique. Mais pour les mouvements qui la pratiquent, l'action directe de non-violence stratégique est un cadre qui permet à des mouvements dotés d'une base élargie de monter en puissance et en diversité.



PRINCIPE FONDAMENTAL

MONTEZ EN PUISSANCE STRATÉGIQUEMENT : Les militants ont tendance à se radicaliser de plus en plus à mesure qu'ils sont exposés à la répression et à l'injustice. Les jeunes militants, particulièrement, chercheront des moyens de plus en plus durs de défier les structures auxquelles ils s'opposent. Ces tendances ont leurs avantages et méritent d'être honorées et soutenues, mais les actions dures ne sont pas toutes aussi efficaces. En définissant un cap de montée en puissance stratégique, on libère de l'espace pour les plus radicaux d'entre nous afin qu'ils puissent croître, sans abandonner pour autant ceux qui préconisent la prudence.



TACTIQUE L'occupation

Par **Joshua Kahn Russell et Arun Gupta**

« Un boulot de perdu, une occupation de trouvée »

Occupy Wall Street

USAGES COURANTS

Occuper un espace public ; mettre la pression sur une cible ; réclamer ou squatter une propriété ; se défendre face au « développement » ; affirmer la souveraineté indigène.

La première grève du travail recensée était une forme d'occupation : il y a plus de 3000 ans, dans le village désertique de Deir el-Medineh, les constructeurs de tombes de l'Égypte ancienne ont occupé les temples à plusieurs reprises, le pharaon Ramsès III ne leur fournissant pas les provisions adéquates. On peut trouver depuis d'autres exemples historiques d'occupations publiques qui ont propulsé l'histoire en avant.

En Angleterre au XVII^e siècle, par exemple, les Diggers ont constitué une communauté agraire utopique sur les terres communes. En 1871, les ouvriers, les soldats et les citoyens ont établi la Commune de Paris. Aux États-Unis, durant la grande grève des chemins de fer de 1877, les constructeurs de chemin de fer en grève et ceux qui les soutenaient ont occupé les gares de triage à travers le pays. Au milieu des années 1930, une vague d'occupations de sites a conduit aux fameux *sit-in* de Flint en 1936, grâce auxquels on a obtenu la reconnaissance des syndicats pour des centaines de milliers d'ouvriers de l'industrie automobile.

Les occupations sont une tactique populaire utilisée par les mouvements sociaux pour s'emparer d'un espace et le défendre. On peut aussi déployer pour soutenir l'occupation d'autres tactiques d'action directe telles que les *sit-in*, les barrages ou les banderoles suspendues ; en d'autres

circonstances, les occupations totales sont connues pour être issues de tactiques de moindre envergure, telles que le sit-in.

Si le terme peut référer à un oppresseur qui a envahi ou annexé la terre d'une population donnée (l'«Amérique du Nord/île de la Tortue occupée» ou la «Palestine occupée»), la tactique de l'occupation est souvent employée par les mêmes groupes pour affirmer leurs droits sur cette terre : par exemple, l'occupation de l'île d'Alcatraz en 1969 par les Indiens d'All Tribes, ou bien quand la communauté du Dakota Mendota Mdewakanton et les mouvements American Indian Movement et Earth First! ont occupé le terrain six mois durant pour défendre le Minnehaha State Park contre la construction d'une route nationale dont le trajet allait profaner une terre sacrée.



Grève de l'United Auto Workers à Flint, dans l'État du Michigan.

Dans nombre de ces occupations, la logique d'action est de revendiquer l'espace auquel les gens ont droit, ce qui met en évidence un vol d'une tout autre échelle. On peut appliquer cette même logique aux étudiants qui s'emparent d'un bâtiment qui devrait leur servir (par exemple, à la fin des années 1960, les étudiants afro-américains ont occupé plusieurs bâtiments à travers les États-Unis, et ça a conduit à la création de nombreux départements d'études ethniques/afro-américaines). On peut l'appliquer également aux environnementalistes qui défendent une terre qui devrait être occupée en commun, ou encore aux ouvriers qui occupent l'usine dans laquelle ils travaillent.

Si le style et la forme des occupations peuvent varier, elles partagent en général deux caractéristiques essentielles : 1) une focalisation sur la logique nécessaire à la pérennisation d'un campement, d'un rassemblement semi-permanent ou d'un *sit-in*, puisqu'il faut répondre aux besoins d'alimentation, d'abri, de défense face aux attaques policières, etc., ce qui est souvent une expérience profondément politisante en soi; 2) une campagne de pression publique qui cherche à *mettre votre cible face à un choix cornélien* – voir *Principe*.

C'est souvent l'endroit choisi comme terrain d'occupation qui détermine le succès de cette démarche. Plusieurs facteurs peuvent être pris en considération dans la décision, tels que la signification symbolique, la capacité de déranger concrètement une cible, la capacité logistique à faire durer l'occupation, ainsi que la notoriété publique et les aspects techniques de la propriété du point de vue juridique. Historiquement, les occupations se sont toujours prêtées à la spontanéité, mais, en général, celles qui durent sont celles qui étaient bien préparées en amont.

Des groupes tels que le Mouvement des sans-terre (MST) et la Via Campesina soutiennent les communautés paysannes qui occupent des terres privées mises en jachère et qui les réclament pour l'usage commun ou la simple

subsistance. Aux États-Unis, des groupes comme Take Back the Land appliquent le même principe aux saisies pour défendre le droit au logement. Dans le mouvement environnemental, les « occupations d'arbres » sont un exemple courant d'action employée pour protéger les arbres de l'exploitation forestière. En Europe, des mouvements de squatteurs se sont « réappropriés » des bâtiments abandonnés et les ont reconvertis en maisons et en centres sociaux, avec l'intention de rester hors des écrans radar des autorités jusqu'à ce qu'ils aient légitimité à revendiquer l'espace occupé.

Par définition, les occupations menacent la légitimité d'une cible en démontrant l'incapacité de celui qui détient le pouvoir à renforcer le *statu quo*. Elles servent également à exposer la nature arbitraire, et souvent injuste, des régimes de propriété privée.



THÉORIE FONDAMENTALE

LIEUX D'INTERVENTION : Les formes d'occupation vont varier selon les lieux d'intervention. L'occupation d'une usine est une intervention sur le lieu de production qui vise à stopper (ou au contraire à redémarrer¹) réellement l'activité économique. D'autres occupations, disons celle du Wisconsin State Capitol, se tiennent sur le lieu de décision. Occupy Wall Street a commencé sous la forme d'une intervention sur le lieu d'appropriation : concrètement, l'occupation de Zuccotti Park n'a gêné personne à Wall Street – en tout cas

1. Durant la crise économique de 1999-2002, les ouvriers argentins ont occupé leurs lieux de travail, qui étaient fermés, dans le but de recouvrer leurs salaires impayés, de garder leur emploi et finalement de prendre eux-mêmes le contrôle des usines. Voir le film *The Take*, réalisé par Avi Lewis (2004).

au début. Jusqu'à ce qu'on monte les tentes, c'était juste un parc proche des banques. Et puis c'est devenu un point de ralliement, un endroit à partir duquel on pouvait saper l'appropriation d'innombrables pouvoirs économiques et commencer à s'organiser contre des cibles spécifiques (des banques, la Bourse, les maisons de courtage, etc.) situées sur d'autres lieux d'intervention.

ATTENTION AU PIÈGE! Les occupations sont difficiles à maintenir indéfiniment. Il faut avoir un plan en tête – et un plan incluant une stratégie d'évacuation.



TACTIQUE

La perturbation créative

Par Nancy L. Mancias

USAGE COURANT

Exposer et enrayer les manœuvres de communication des gens armés et dangereux. Particulièrement efficace lors de discours, d'audiences, de réunions, de collectes de fonds, etc.

Si un criminel de guerre tel que Dick Cheney ou un représentant d'une entreprise criminelle tel que l'ancien PDG de BP Tony Hayward est de passage en ville, quel est le meilleur moyen de l'empêcher de nous embobiner au sujet de ses crimes? Souvent, l'échelle des crimes et le déséquilibre des pouvoirs sont tels que les militants vont renoncer au dialogue et en venir directement à la perturbation, pour tenter de mettre un terme à l'événement ou pour le perturber considérablement. La perturbation peut se révéler une tactique efficace, et elle a été employée avec succès par de petits groupes de gens, souvent prévenus sur le tard ou sans que ce soit anticipé.

Le problème, c'est que non seulement la cible a le contrôle du micro, de la scène et de la salle, mais en plus – et c'est là que le bât blesse –, comme elle est l'invité officiel ou le principal intervenant, elle dispose de la sympathie du public d'entrée de jeu. Une perturbation mal préparée ou de simples huées auront vite fait de se retourner contre vous. La cible peut se faire passer pour la victime d'un harcèlement contre la liberté de parole, et ainsi gagner à la fois la sympathie du grand public et une tribune plus large encore. Le challenge est de perturber l'événement sans donner cette chance à votre cible.

Parfois, une intervention indirecte, qui redéfinit le cadre des déclarations de la cible ou la force à répondre à vos

questions sans empêcher qui que ce soit de parler, peut se révéler plus efficace que de simplement chercher à la faire taire. Quand la présidente de la Chambre des représentants Nancy Pelosi a participé de façon tout à fait exceptionnelle à un conseil municipal à San Francisco en 2006, à l'apogée des guerres en Irak et en Afghanistan, les manifestants de CODEPINK – furieux que Pelosi ne se prononce pas en faveur de coupes dans le financement de la guerre – ont attendu le moment des échanges avec le public, et se sont alors placés autour de la tribune avec leurs banderoles : « Arrêtez de financer la guerre ». Ils sont restés plantés là, en silence, jusqu'à la fin du conseil municipal.

L'usage créatif d'une pancarte ou d'une banderole peut vous éviter de tomber dans le piège de l'« attaque contre la liberté d'expression ». En effet, vous ajoutez alors une « couche » de discours supplémentaire ; vous vous engagez en faveur de *plus* de liberté d'expression, et pas de *moins*. Chanter peut produire des résultats similaires. En 2011, à Brooklyn, une vente aux enchères après saisie a ainsi été perturbée lorsque des militants se sont mis à chanter. Chanter peut susciter la sympathie.

Une perturbation créative n'est pas forcément passive pour autant. Quand Newt Gingrich est venu dédicacer son livre à la conférence du Minnesota Family Council, un militant queer a fait la queue comme tout le monde et, quand son tour est arrivé, il a jeté des paillettes de toutes les couleurs de l'arc-en-ciel au-dessus de Gingrich. Quand on l'a fait sortir de la pièce, il a crié : « Tu sens le pouvoir de l'arc-en-ciel, Newt ? Fini la haine, fini les politiques anti-gay ! » La vidéo de l'événement voir *Principe : Mâchez le travail des médias* a beaucoup circulé sur Internet et la perturbation a attiré l'attention de la presse internationale, ce qui a déclenché une vague de militantisme LGBT. On voit même la tactique du « bombardement de paillettes » dans un épisode de la série télévisée *Glee*.



Des militants LGBT recouvrent le candidat républicain à la présidentielle Rick Santorum de paillettes lors d'un forum dans une mairie fin 2012. Non seulement les toutes premières paillettes ont perturbé sa réception avec inventivité, mais le fait qu'elles soient restées durablement sur son costume l'a placé face à un choix cornélien quant à ses ressentiments homophobes et anti-LGBT. Photo de REUTERS/Sarah Conard.

On peut aussi «perturber sans causer de perturbations» d'une autre manière, avec la comédie. Quand Jeane Kirkpatrick (représentante permanente de Reagan auprès des Nations unies) s'est rendue à l'université de Californie à Berkeley dans les années 1980, les militants ont mis en scène un faux kidnapping perpétré par un escadron de la mort. Des «soldats» – des étudiants – portant des treillis approximatifs ont descendu l'allée principale en gueulant des ordres en espagnol et ont embarqué des membres du public – d'autres étudiants – qui hurlaient et donnaient des coups de pied. Du haut du balcon, d'autres militants ont alors jeté sur le public médusé des tracts détaillant le soutien des États-Unis et de Kirkpatrick au gouvernement des escadrons de la mort du Salvador.

Comme ces exemples le démontrent, vous devez absolument adapter vos perturbations spécifiquement à votre cible

et à la situation. On est souvent plus efficace si l'on remise la « boîte à discours combatif » aux oubliettes et qu'on envisage d'autres modalités, telles que les visuels, la chanson, la comédie et l'humour.



PRINCIPE FONDAMENTAL

METTEZ VOTRE CIBLE FACE À UN CHOIX CORNÉLIEN : Une perturbation créative bien ficelée ne devrait pas offrir à votre cible de moyen de s'en sortir. Si Nancy Pelosi avait évoqué les manifestants ou si elle s'était adressée à eux, elle leur aurait donné d'autant plus de crédit et aurait davantage attiré l'attention sur leur discours. Si la sécurité avait fait sortir les militants silencieux, cela aurait paru disproportionné. Si Pelosi avait quitté la scène, cela aurait été perçu comme une capitulation. La moins mauvaise option – celle qu'elle a choisie – était de poursuivre comme si de rien n'était; les pancartes de manifestation silencieuse qui entouraient l'événement lui donnaient alors un tout autre sens. Une perturbation créative bien ficelée vous met dans une situation où vous avez tout à gagner – et votre cible, tout à perdre.



TACTIQUE

La projection guérilla

Par Samantha Corbin et Mark Read

USAGES COURANTS

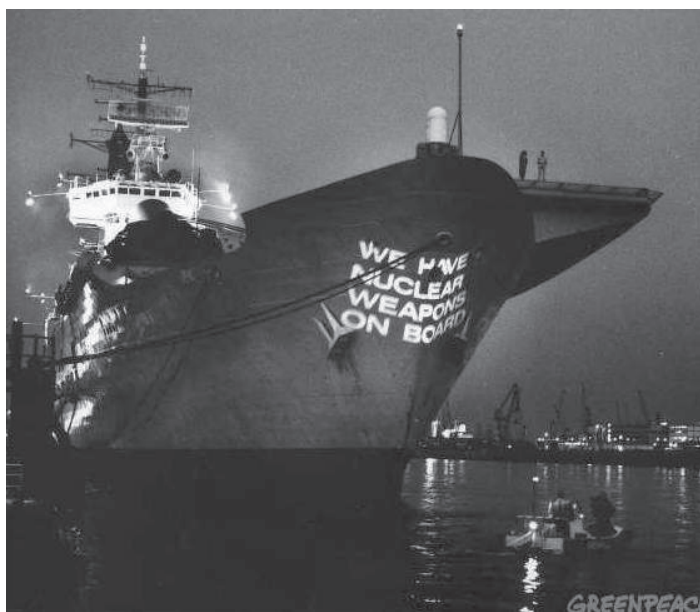
Diffuser un message; cadrer une action; altérer l'image d'une cible; divertir une foule.

Depuis quelques années, la projection guérilla, qui a été lancée par des artistes et des publicitaires, est la nouvelle coqueluche des militants. C'est un nouveau support de diffusion des messages. Les avantages en sont évidents : avec un simple projecteur de forte puissance, on peut transformer une façade de bâtiment en gigantesque affiche publicitaire pour sa cause ; on prend un message et on en recouvre tout un endroit qui serait inaccessible autrement. Légalement, c'est sans risque, c'est relativement peu onéreux, et, comparé à l'infiltration d'un bâtiment pour suspendre une banderole en haut du toit, par exemple, c'est sans risque. Enfin, plus important encore, c'est très puissant du point de vue visuel : vous pouvez donner un véritable coup de projecteur sur vos adversaires.

Les projections peuvent être cheap ou luxueuses, mobiles ou stables. Elles peuvent être réalisées par deux gréeurs équipés d'un groupe électrogène à l'arrière d'un véhicule, le temps d'une brève séance photo, du genre « on projette et on se taille » ; ou bien un VJ professionnel peut projeter à partir d'un endroit plus stable, avec une alimentation électrique, afin de divertir une foule de milliers de personnes. C'est aussi la tactique idéale si vous voulez que l'image de votre cible en prenne un coup. Greenpeace a projeté le dessin d'un immense « Bim! Bam! Boum! » sur le flanc d'un réacteur nucléaire pour rappeler à quel point un réacteur nucléaire peut être dangereux, et un « Nous avons des

La projection guérilla 75

armes nucléaires à bord» sur un porte-avions nucléaire équipé dont le personnel de bord refusait d'admettre que c'était le cas. En 1993, le documentaire *The Deadly Deception*, primé aux Oscars, a été projeté directement sur le bâtiment de la chaîne de télé de San Francisco qui refusait de le diffuser, devant des centaines de personnes qui le regardèrent en mangeant du popcorn. Sous la pression, la chaîne est revenue sur sa décision et a fini par le diffuser.



Manifestation de Greenpeace contre l'arrivée du porte-avions britannique Ark Royal dans le port d'Hambourg. L'Ark Royal transportait à son bord des armes nucléaires 80 fois plus puissantes que celle qui a explosé à Hiroshima. Greenpeace a projeté «WE HAVE NUCLEAR WEAPONS ON BOARD» («Nous avons des armes nucléaires à bord») sur la proue du navire.

Le pouvoir d'une projection réside pour l'essentiel dans le support lui-même. Contrairement à une banderole suspendue, on peut déplacer et transformer une projection,

voire la rendre interactive. Pourquoi s'en tenir à des slogans tactiques quand on dispose d'un média si versatile? À la veille du Great American Smokeout, en 1994, l'organisation IN Fact a projeté le décompte du nombre d'enfants accros à la cigarette sur le bâtiment de Philip Morris, à New York. Votre projection peut devenir interactive et participative avec de simples outils en ligne. Les gens qui sont dans la rue – ou à un continent de là – pour vous soutenir peuvent envoyer leurs propres messages par SMS, tweet ou e-mail afin qu'ils soient projetés en temps réel. Avec un pointeur laser, de la rue, les gens peuvent écrire des messages destinés à ceux qui sont à l'intérieur du bâtiment, que ce soient des amis, des proches emprisonnés ou bien un Pdg reclus dans son bureau.

Les projections nous aident à renverser la vapeur. Nos pancartes de protestation ont beau avoir l'air minuscule face aux immenses bâtiments des puissants, lorsqu'un énorme « 99 % » transperce la nuit, tel le Bat-Signal, ou que vous voyez votre propre écriture s'inscrire en temps réel sur le mur du siège d'une grande société, la partie devient plus équitable. Les voix minuscules s'écrivent en majuscules.



PRINCIPE FONDAMENTAL

MAINTENEZ L'ÉQUILIBRE ENTRE L'ART ET LE MESSAGE : Quand vous préparez votre action, laissez libre cours à votre imagination. Considérez, en particulier, la nature spécifique de l'endroit, et cherchez par quels moyens le support lui-même peut amplifier votre message. Songez à tous les aspects artistiques mis en œuvre lors de la projection de « Free Tibet » sur le consulat chinois à New York en 2008 : à ce moment-là, le militant tibétain persécuté était véritablement caché

à l'autre bout du monde, et pourtant il pouvait s'adresser directement à – et littéralement *sur* – une immense institution complice de sa répression. Le déploiement de son écriture manuscrite en temps réel sur la façade en marbre était à la fois un défi et un moment d'intimité. Sa manifestation de dissidence individuelle n'était pas simplement devenue publique, elle était devenue splendide.

ATTENTION AU PIÈGE! La technologie, souvent puissante et « spectaculaire » par nature, est généralement sous le contrôle d'une seule personne ou d'un petit groupe de personnes qui pourrait à loisir manipuler une foule immense et impressionnable. Ce pouvoir doit donc rester la responsabilité du plus grand groupe et être exercé avec précaution.



TACTIQUE

Le théâtre invisible

Par Tracey Mitchell

USAGE COURANT

Soulever un problème moral au beau milieu de la vie quotidienne – ce qui peut être particulièrement utile sur un sujet que les gens seraient normalement « trop discrets » pour aborder, tel que la pauvreté, le racisme ou l'homophobie.

Vous êtes en train de dîner au restaurant quand, soudain, une serveuse homophobe apostrophe un couple de lesbiennes attablées à côté de vous avec leurs enfants. « Ces enfants ont besoin d'un père, dit-elle. Vous mettez tout le monde mal à l'aise, ici. » Quelques clients lui emboîtent le pas, tandis que d'autres prennent la défense de la famille. Certaines de ces personnes sont des comédiens, les autres, vous compris, participent sans le savoir à une performance de théâtre invisible.

Le théâtre invisible est du théâtre interprété dans un lieu public et qui vise à ne jamais être reconnu comme tel. Le but du jeu est de rendre l'intervention aussi réaliste que possible afin qu'elle provoque des réponses spontanées. La scène doit être suffisamment bruyante et voyante pour que les gens l'entendent et la remarquent, mais pas au point qu'on finisse par comprendre qu'elle est mise en scène. Les quidams peuvent y prendre part, et ils le feront comme si c'était la vie réelle, parce que, pour beaucoup d'entre eux, *c'est* la vie réelle. Le théâtre invisible peut ainsi obtenir certains résultats que la plupart des autres formes de théâtre ne sont pas en mesure d'obtenir, en faisant disparaître les barrières entre l'interprète et le spectateur et en créant des situations de conflit très accessibles durant lesquelles les gens peuvent réévaluer leurs présupposés et s'engager sur des sujets sensibles qu'ils esquiveraient autrement.

Le théâtre invisible 79

Le théâtre invisible est l'une des techniques du Théâtre de l'Opprimé d'Augusto Boal, et il a été utilisé dans différents contextes à travers le monde. À New York, en 2004, des comédiens dans la peau de touristes se sont mis à faire des commentaires bruyants sur la menace terroriste que faisaient planer deux musulmanes (elles-mêmes comédiennes) qui portaient le hijab et photographiaient l'Empire State Building. Cette scène a suscité un vif échange au sujet des préjugés racistes et de la « guerre contre le terrorisme ». En d'autres circonstances, des acteurs se faisant passer pour des clients dans un restaurant et dans des magasins d'alimentation ont prétendu ne pas pouvoir payer leurs factures, initiant une discussion à propos de questions de justice économique avec la personne à la caisse et les clients d'à côté (dont certains étaient eux-mêmes acteurs).

Le théâtre invisible nécessite pas mal de travail de préparation et de répétition. Sa forme exige des comédiens qu'ils puissent rester dans la peau du personnage même quand l'action prend une tournure inattendue et problématique. Dans sa version la plus pure, le théâtre invisible ne concède jamais qu'il est du théâtre. Contrairement à d'autres formes de théâtre furtif, comme le théâtre guérilla, les canulars façon Yes Men ou les farces d'Improv Everywhere, il n'y a jamais de « révélation ». Les gens qui tombent sur une performance de théâtre invisible devraient en faire l'expérience comme d'une réalité et se dire que c'était vrai jusqu'à la fin de leurs jours.



PRINCIPE FONDAMENTAL

LA VÉRITABLE ACTION, C'EST LA REACTION DE VOTRE CIBLE :

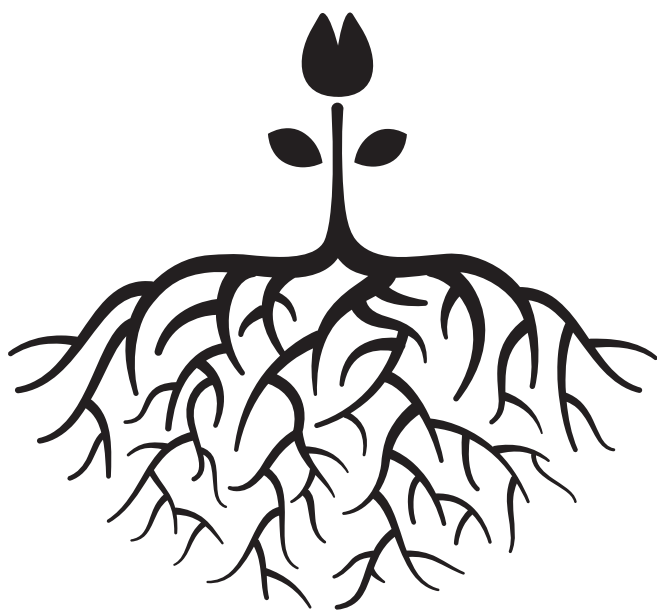
Si l'un des charmes du théâtre invisible est sa spontanéité, il est aussi important d'anticiper et de répéter les réactions

possibles du public. Il est préférable de tester votre scène avec des gens qui n'ont pas participé à sa création pour voir quelles réponses elle va susciter. Toute la force de votre performance de théâtre invisible, c'est la réaction ou le processus de pensée qu'elle va entraîner chez votre public.

ATTENTION AU PIÈGE! Le théâtre invisible a ses propres considérants significatifs éthiques et de sécurité, qui doivent être consciencieusement passés en revue avant d'opter pour cette tactique. Les comédiens doivent répéter toute une gamme de réactions possibles de la part des observateurs, dont l'agression et l'insulte, et se préparer à enchaîner les coups (parfois au sens littéral du terme!). Il est également recommandé de prévoir une sortie de secours ou un signal de détresse, et de discuter en amont de la question de savoir s'il faut sortir du personnage, ou à quel moment il convient de le faire.

PRINCIPES

DIRECTIVES CONCEPTUELLES





PRINCIPE

Choisissez des tactiques appropriées à votre stratégie

Par Janice Fine

« Si vous n'avez pas de stratégie, c'est que vous êtes partie prenante de la stratégie de quelqu'un d'autre. »

Alvin Toffler

Ne laissez pas une tactique individuelle vous éloigner d'une stratégie plus large. La stratégie, c'est votre plan d'action général, et les tactiques, c'est ce que vous entreprenez pour mettre ce plan à exécution – une distinction cruciale si vous voulez structurer des campagnes efficaces.

La stratégie suppose d'identifier le pouvoir détenu par votre groupe, puis de trouver des moyens spécifiques de le concentrer de façon à atteindre vos buts¹. Ainsi, l'organisation d'un rassemblement ne devrait jamais être envisagée comme une stratégie. C'est une tactique. Pour être en mesure d'identifier les tactiques appropriées, vous devez tout d'abord identifier votre cible et déterminer le pouvoir dont vous disposez contre elle.

Pour développer une stratégie, vous devez :

- analyser le problème ;
- déterminer votre but (la formulation des revendications) ;
- comprendre votre cible² (laquelle a le pouvoir d'accéder à vos revendications) ;

1. L'auteure tient à remercier la Midwest Academy et Northeast Action, qui toutes deux l'ont aidée à développer le programme sur lequel est basé ce module.

2. Souvent, il est important de comprendre aussi les « cibles secondaires ». Ce sont les individus qui ont un pouvoir significatif sur votre cible et sur lesquels vous avez peut-être plus de pouvoir que sur votre cible initiale.

- déterminer les formes de pouvoir spécifiques que vous avez sur votre cible et les façons de concentrer ce pouvoir pour un effet optimal.

Si votre cible est une conseillère municipale dont le vote est indispensable pour faire passer une ordonnance sur le revenu de subsistance, les tactiques pour concentrer votre pouvoir doivent, d'une façon ou d'une autre, impliquer ou influencer les électeurs de sa circonscription.

Si votre cible est une banque qui procède à des saisies, les tactiques qui concentrent votre pouvoir doivent inclure ses clients ou les organismes qui les contrôlent, ou au moins les influencer.

Dans un tel cadre, les tactiques sont des activités spécifiques qui :

- mobilisent un certain type et un certain degré de pouvoir ;
- visent une cible précise ;
- cherchent à atteindre un objectif particulier.

Quand vous choisissez une cible, vous devez toujours être en mesure de répondre à la question : « Quel pouvoir se cache derrière cette tactique ? » Autrement dit : en quoi la tactique vous donne-t-elle un moyen de pression sur votre cible ?

On emploie les tactiques pour démontrer (ou sous-entendre) une certaine forme de pouvoir. Par exemple, quand on mène une action contre une société donnée, notre pouvoir sous-jacent est économique – il faut que ça leur fasse perdre du temps ou des clients. C'est tout l'intérêt de la perturbation. Si c'est un élu qui est visé, notre pouvoir sous-jacent est politique – notre tactique doit lui faire perdre des soutiens ou des votes. (Le pouvoir de « gêner » n'est efficace que si votre cible est gênée au point de perdre de l'argent ou des bulletins de vote en faisant douter les électeurs ou les donateurs de leur légitimité morale. La gêne en soi n'est pas une forme de pouvoir, et la gêne de soi non plus.)

Choisissez des tactiques appropriées à votre stratégie 85

Quand on organise une communauté, le pouvoir peut être divisé en deux grandes catégories :

Le pouvoir stratégique

Un pouvoir suffisamment fort pour remporter la bataille.

Le pouvoir tactique

Un pouvoir qui peut vous rapprocher du but et vous aider à gagner du terrain, mais qui n'est pas décisif en soi.

Une fois qu'on a saisi quelles formes de pouvoir on peut déployer, on peut dresser notre plan de campagne.

Une campagne est une série de tactiques déployées sur une période de temps donnée, chacune contribuant à accroître la force de l'organisation et à mettre une pression croissante sur la cible jusqu'à ce qu'elle cède à nos revendications spécifiques. Une campagne n'est pas une série d'événements portant sur un thème commun; c'est une série de tactiques, chacune choisie avec soin en raison du pouvoir qu'elle a d'augmenter la pression sur une cible avec le temps. Toutes les tactiques sont interconnectées, et toutes sont choisies sur la base du travail à accomplir et de la pression à endurer.

Une campagne n'est pas infinie; elle a un début, un milieu et une fin. Dans l'idéal, elle se termine par une victoire spécifique; les gens obtiennent ce qu'ils voulaient et ce dont ils avaient besoin, et/ou la cible est d'accord pour faire quelque chose qu'elle se refusait à faire jusque-là.



PRINCIPE

La colère n'est jamais aussi efficace que lorsque la morale joue en votre faveur

Par **Joshua Kahn Russell**

« La vérité vous libérera, mais tout d'abord elle vous emmerdera. »

Gloria Steinem

La colère est une force. Utilisez-la avec sagesse. Si la morale joue en votre faveur, vous serez convaincant et les gens se joindront à vous. Autrement, vous aurez l'air d'un grincheux qui perd les pédales.

La colère est une épée à double tranchant. Ou, plutôt, elle est semblable à un tuyau d'arrosage : pleine de force, difficile à contrôler, et vous avez intérêt à savoir dans quelle direction elle est tournée.

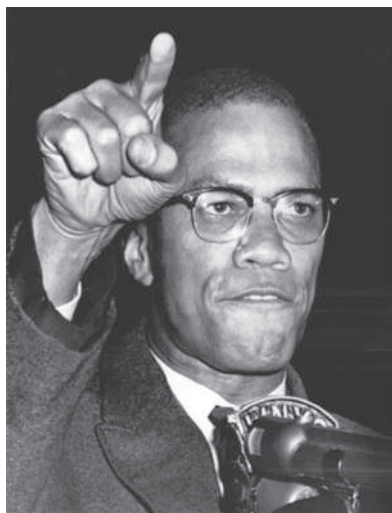
L'indignation morale et l'autosatisfaction sont deux choses très différentes. L'indignation morale canalise la colère grâce à la fermeté, au courage et à de puissantes affirmations de dignité. Exemple : le Mouvement pour les droits civiques. L'autosatisfaction, en revanche, est prévisible, et on a vite fait de s'en désintéresser. Exemple : « Des jeunes avec des masques portent une banderole sur laquelle on peut lire : "ÉCRASEZ LE CAPITALISME ET MANGEZ LES RICHES". »

Avez-vous vu cette scène du film *Malcolm X* dans laquelle une armée de gens scandalisés se rassemble à l'extérieur de la prison et se tient en formation dans les règles, avec une posture parfaite, pour réclamer la libération de leur camarade ? Ça déchirait carrément ! Ils étaient tous en costume, ils se tenaient droits comme un seul homme, et le message transmis par le respect de cette discipline était clair : on est

La colère n'est jamais aussi efficace que lorsque la morale joue... 87

furieux, on a raison, vous avez tort, et vous allez nous donner ce que nous voulons.

L'intégrité donne à la colère une certaine profondeur et force morale. On ne devrait jamais partir en vrille simplement pour partir en vrille, mais plutôt donner l'air d'être véritablement en colère, malgré soi, face à des circonstances révoltantes. Au lieu de réagir, on riposte. Plutôt que de recourir à la violence, on occupe le terrain.



La colère de Malcolm X est née d'une vie d'oppression, et il la brandissait avec discipline et dignité.

Bien sûr, réprimer une colère légitime peut être aussi abrutissant que de se tirer les cheveux. Une partie de la gauche est restée en retrait par peur d'exprimer ou de canaliser l'indignation populaire. Quand on est incapable de se rallier à un mécontentement global, on reste cantonné à la marginalité. Par contraste, de nombreux mouvements de la jeunesse s'automarginalisent précisément parce que leur colère ne rencontre pas d'écho. C'est à vous de trouver le juste milieu.



PRINCIPE Déléguez!

Par Josh Bolotsky et Andrew Boyd

«Le leadership, c'est faire en sorte que les gens aient envie de faire ce que vous souhaitez qu'ils fassent.

Dwight D. Eisenhower

En fin de compte, ce ne sont pas les groupes qui font tout le travail, mais les gens. Déléguez!

L'un des travers du travail collectif, c'est qu'on a vite fait de quitter une réunion sans avoir la moindre tâche à accomplir, sous prétexte que « quelqu'un d'autre va s'en charger ». Et, évidemment, si tout le monde part de ce même principe, rien ne se fait. Que le groupe parvienne à un consensus sur la nécessité de faire telle ou telle chose ne signifie pas pour autant que quelqu'un va effectivement s'en charger. Les choses ne se font qu'à partir du moment où la tâche a été bien définie et qu'elle est inscrite sur la liste de tâches d'une personne précise.

Ça peut paraître simple comme bonjour, mais si vous saviez à quel point on oublie souvent ce principe, vous auriez du mal à le croire.

Assurez-vous qu'il y a bien à chaque réunion quelqu'un pour prendre en note toutes les tâches à accomplir et le nom de celui ou celle qui a donné son accord pour se charger de chacune d'elles, et que cette même personne va ensuite communiquer cette liste de tâches à l'ensemble du groupe par e-mail – ou autre – peu de temps après la réunion (le jour même dans l'idéal). Pour garantir un suivi efficace, faites en sorte que les gens s'engagent verbalement à effectuer ces tâches, avec le groupe pour témoin, et commencez chaque réunion par un passage en revue de la liste des tâches de la réunion précédente.

Déléguez! 89

Certaines responsabilités se limitent à une seule et unique tâche, telle que « réserver une salle pour la réunion de la semaine prochaine ». Mais d'autres – par exemple, « organiser une conférence de presse » – impliquent toute une série de tâches complexes et la mobilisation de plusieurs personnes sur plusieurs jours. C'est là que vous pouvez avoir besoin d'une personne qui va se porter garante des résultats. Elle ne va pas tout faire elle-même, mais prendre la responsabilité de s'assurer que tout sera fait. Si les gens de son équipe ne s'en sortent pas, c'est sa responsabilité à elle de trouver d'autres personnes, de faire le tri ou d'effectuer le travail elle-même. Au final, la façon dont le boulot a été fait n'a aucune importance, mais elle est responsable devant le groupe de s'assurer qu'il est fait, ou bien d'expliquer les raisons pour lesquelles il n'a pas été fait.

Une bonne délégation et le partage des tâches sont aussi d'excellents moyens de s'épargner un *burn-out*.

Que la structure de leadership de votre groupe soit plutôt verticale ou plutôt horizontale, le secret, c'est la délégation. Les bons leaders savent comment déléguer les tâches, comment recruter et encourager les personnes qui vont se porter garantes des résultats (certaines personnes qui comptent parmi les meilleures ne prendront aucune initiative si elles ne sont pas sollicitées) et comment s'assurer que tout le monde a bien son rôle en tête. Soyez explicite. Les gens n'ont pas envie de n'avoir que de vagues responsabilités. Ils veulent savoir quel est leur rôle et en quoi il est important.

Les groupes locaux et les groupes de bénévoles ont souvent du mal à faire en sorte que les participants s'engagent à faire quelque chose, et ensuite ils n'assurent pas de suivi. Vous devez prendre ça en compte d'entrée de jeu. Soyez prudent quand vous confiez des tâches importantes à des bénévoles que vous n'avez encore jamais mis à l'épreuve. Voici la conversation typique que l'un des auteurs de ce texte va avoir avec de nouveaux venus :

« Tu connais le mot le plus important dans le vocabulaire d'un bénévole ?

– Euh, non.

– Exactement.

– Hein ?

– Non est le mot le plus important que tu puisses prononcer. Dis-le. Souvent. Si tu dis : "Oui, je peux le faire" parce que tu te sens coupable ou à cause d'un trop-plein d'enthousiasme que tu ne seras plus en mesure d'assumer par la suite, alors on est mal. Je préfère cent fois que tu dises "non". Alors, on peut confier la tâche à quelqu'un dont le "oui" voudra vraiment dire "oui". »

Ça n'a rien d'un sacrifice – bien au contraire, ça donne du pouvoir et ça confère une certaine honorabilité. Car ce que vous dites alors, c'est : « Ton travail est suffisamment appréciable pour qu'on ait besoin d'un engagement ferme et que le cahier des charges soit respecté. » Au fait, c'est un principe, et sa validité ne vaut pas que pour les bénévoles, mais aussi pour toute l'équipe.

PRINCIPE

Des règles simples peuvent produire de grands résultats

Par Andrew Boyd

« 17 septembre. Wall Street. Apportez une tente. »

Adbusters

On ne peut pas programmer de A à Z les mouvements, les campagnes virales et les actions à grande échelle. Une invitation à participer et une liste de règles simples bien ficelée sont souvent le seul cadre initial dont vous avez besoin.

En 1986, des experts en informatique ont fait sans le vouloir une expérience non programmée sur l'«*émergence* – dont peut résulter un comportement global complexe », « à partir de l'interaction de règles locales simples¹ ». Ils ont créé des oiseaux virtuels appelés des «*boids*». (Ces experts en informatique devaient être originaires de Brooklyn pour avoir choisi un nom pareil.) Ils ont placé ces *boids* dans un environnement virtuel et ont lâché quelques obstacles virtuels. Ils ont assigné à tous les *boids* les trois mêmes règles simples : voler vers l'avant, rester à une certaine distance des autres *boids* à proximité et ne pas se heurter aux obstacles. Puis ils ont appuyé sur le bouton. Les oiseaux se sont rassemblés en nuée. Comme la nuée se rapprochait d'un nuage, elle s'est divisée en nuées plus petites de chaque côté, puis s'est reformée – tout ça sans que l'idée de nuée ait jamais été programmée dans le système.

Cette expérience était une démonstration irréprochable d'un phénomène dont on fait l'expérience en permanence

1. Craig Reynolds, «*Boids: Background and Update*», 1986. www.red3d.com/cwr/boids/.

dans la nature et en société – et dont on peut tirer profit en tant que militant.

Si vous essayez de monter un événement artistique participatif, une action de masse ou une campagne virale, il n'est pas nécessaire de tout scénariser – même si ça reste toujours possible. Tout ce dont vous avez besoin, ce sont quelques règles simples que les participants seront prêts à respecter. Si ces règles sont bien choisies, elles peuvent produire un happening incroyablement solide, efficace et splendide.

Songez à Critical Mass, la virée de masse à vélo qui se déroule chaque mois dans les villes partout dans le monde. Les règles sont simples : rassemblez-vous après le boulot le dernier vendredi du mois. Restez ensemble. Si vous êtes devant, c'est vous qui décidez où on va. Si vous êtes derrière, aidez ceux qui traînent à suivre le rythme. Si vous êtes au milieu, pédalez, ou, si vous le souhaitez, protégez les autres cyclistes du trafic des rues adjacentes. Tout le monde est responsable et personne n'est responsable. C'est une « coïncidence organisée ». Et ça marche !



Les flash mobs fonctionnent selon le même principe. En 2008, l'appel à une flash mob avec une bataille d'oreillers sur Wall Street se limitait à deux règles : venez avec un oreiller, et frappez seulement ceux qui sont aussi venus avec un oreiller. Tout était dit !

Des règles simples peuvent produire de grands résultats 93

Ce genre d'initiative marche bien sur Internet également. Prenez par exemple le tumblr «We are the 99 %» (« Nous sommes les 99 %»). L'invitation était simple : prenez une photo de vous-même avec une pancarte décrivant votre situation – par exemple «Je suis étudiant, endetté à hauteur de 25 000 dollars». En dessous, écrivez : «Je suis les 99 pour cent.» L'écho rencontré a pris la tournure d'une déclaration de solidarité significative.

Un carnaval de protestation peut très bien marcher avec des règles du type «tout est bon à prendre», puisqu'il ne s'agit jamais que d'un carnaval. Cependant, on a souvent besoin d'un cadre plus solide pour une action de rue de masse plus focalisée politiquement ou une campagne virale d'actions réparties. Ce sont la nature de votre action, sa complexité et le risque encouru qui déterminent les règles exactes dont vous avez besoin.

COMMENT L'INVERSE EST ÉGALEMENT VRAI : Même si les règles simples ont été parfaitement choisies, le boulot ne va pas se faire tout seul comme par magie. Les responsables (ceux qui lancent l'invitation et qui fixent les règles) doivent souvent garder la main pour que le processus en marche ait l'air naturel jusqu'au bout. Des règles simples bien choisies peuvent vous faire faire quasiment tout le chemin jusque-là, et ce «là» peut être un endroit que vous n'auriez jamais pu programmer ou même imaginer.



PRINCIPE

Donnez de la visibilité à l'invisible

Par Nadine Bloch

« Nous qui nous engageons dans l'action directe non violente ne créons pas de tensions. Nous nous contentons de faire remonter à la surface une tension cachée qui préexistait. »

Dr Martin Luther King, Jr.

De nombreuses injustices sont invisibles aux yeux du grand public. Quand vous mettez ces méfaits en pleine lumière, vous changez la donne, et grâce à vous la nécessité d'agir prend corps.

Les problèmes sociaux sont souvent obscurcis par la *distance*, l'*idéologie* ou la *simple chimie* (quand avez-vous remarqué des PCB dans l'eau que vous buvez pour la dernière fois?). On ne peut pas y remédier s'ils restent invisibles, et la première tâche d'un militant est souvent de *donner de la visibilité à l'invisible*.



Dans ce photogramme du film Gasland, on met le feu à l'eau du robinet pour donner une visibilité aux toxines empoisonnées qui sont introduites lorsqu'on extrait du gaz de schiste avec la fracturation hydraulique.

Donnez de la visibilité à l'invisible 95

Il y a plusieurs sortes d'« invisibilité ». Celle à laquelle vous avez affaire déterminera votre type d'approche.

La distance

Le chaos climatique peut bien laisser en plan des ours polaires dans l'Arctique ou submerger des petites nations insulaires dans le Pacifique, pour la plupart des gens de l'hémisphère Nord c'est loin des yeux, loin du cœur ! D'innombrables interventions artistiques inspirées ont cherché à donner plus de visibilité aux changements climatiques qui vont crescendo, que ce soit en peignant les niveaux de la mer envisagés dans le futur sur des rues dans les villes et sur des bâtiments, ou encore en faisant semblant de noyer un ours polaire dans la fontaine qui se trouve devant le département de l'Intérieur des États-Unis, à Washington, comme l'a fait Greenpeace en 2009.

Les gens privilégiés peuvent souvent s'offrir le luxe de la distance par rapport aux conséquences de leurs actions. Quand on aborde un problème qui paraît lointain, il est judicieux de le ramener sur place afin de mettre en évidence son coût humain.

L'idéologie

Souvent, les gens qui se paient le luxe de ne pas voir une vérité inconfortable refusent tout simplement de la voir, même quand elle est visible comme le nez au milieu de la figure. Au cours de la période de la ségrégation raciale aux États-Unis, ça n'a posé aucun problème aux Blancs privilégiés de faire fi des injustices quotidiennes infligées aux Noirs, jusqu'à ce que ces derniers s'organisent et passent à l'action, qu'ils se mettent à s'asseoir sur les « mauvais » sièges dans les restaurants et dans les bus, à défiler dans les rues, etc.

C'est l'idéologie qui rend les injustices invisibles, et on peut les mettre sous le feu des projecteurs avec un recadrage

judicieux. Un cadre va déterminer ce qui compte dans une histoire et ce qui ne compte pas, et c'est ça le plus important. Les actions qui visent le lieu d'appropriation (là où on décide qui peut s'asseoir sur quels sièges dans un bus, par exemple) peuvent attirer l'attention sur ce qui était, jusque-là, « hors cadre ».

La chimie et autres aspects de la vie courante qu'on a tendance à négliger

De nombreux polluants sont invisibles à l'œil nu, et pourtant leurs dégâts sont immenses. La solution est de mettre ces dégâts sous les yeux du public. Prenez ceux qui ont fait le film *Gasland* : ils ont mis le feu à l'eau du robinet en Pennsylvanie, et il leur a suffi de cette seule démonstration visuelle impressionnante pour réfuter brutalement des années de déni de la part de l'industrie. Ou bien les militants pour la préservation des forêts qui ont recouvert les carrefours de plusieurs villes avec des souches d'arbres coupés. Quand on a surpris Kodak en train de décharger des toxines de ses sites de production du nord de l'État de New York, Greenpeace a fabriqué une fontaine publique déversant en cascade l'effluent de la canalisation – qui se trouve hors site et sous la surface de l'eau en temps normal – pour que le public soit en mesure de voir ça. Ce genre d'action est particulièrement efficace quand l'entreprise a travaillé dur pour dissimuler ou nier ces dégâts, ou simplement quand elle les a commis loin des yeux des consommateurs.

Le rôle des militants ressemble souvent à celui de l'enfant dans le conte d'Andersen : même si tout le monde sait que l'Empereur est nu, le déclarer publiquement peut avoir des conséquences révolutionnaires. Exposer des problèmes cachés jusque-là peut être le premier pas, voire le plus important, afin de les résoudre.



PRINCIPE

Faites bouger l'éventail des alliés

Par Joshua Kahn Russell

Quand les mouvements remportent la bataille, c'est rarement parce qu'ils sont plus forts que leurs adversaires; s'ils gagnent, c'est parce qu'ils font bouger le socle sur lequel ils reposent. Déterminez les blocs sociaux concernés par un problème donné et faites en sorte de les rapprocher de votre position.

Les militants sont souvent bons pour analyser les problèmes sociaux systémiques, mais ils le sont beaucoup moins lorsqu'il s'agit d'envisager l'*organisation* en termes systémiques.

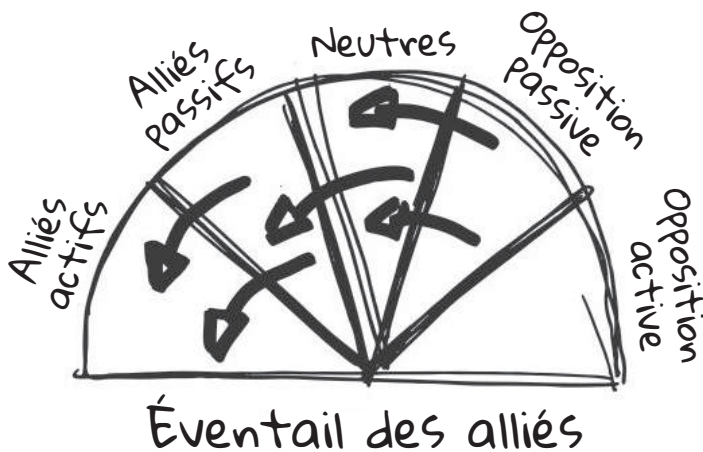
Le militantisme, c'est faire usage de son pouvoir et de sa voix pour que les choses changent. L'organisation, c'est faire tout ça, mais aussi mettre les autres au travail et leur donner du pouvoir. Ce n'est pas du luxe de penser en termes de groupe. Un mouvement bien construit s'articule autour de la capacité à envisager la société en termes de blocs ou de réseaux spécifiques dont certains sont des institutions (les syndicats, les églises, les écoles), tandis que d'autres sont moins visibles ou moins rassembleurs, tels que les sous-cultures de la jeunesse ou les regroupements démographiques.

Analyser l'éventail de vos alliés vous permettra d'identifier et de mobiliser les réseaux de votre entourage. Cela peut vous servir à dresser la carte d'une campagne ou bien à déterminer la stratégie pour tout un mouvement social.

Voici comment fonctionne l'analyse d'un éventail d'alliés : dans chaque tranche, vous pouvez placer différents individus (soyez spécifiques : précisez leur nom!), groupes ou institutions. En partant de la gauche, identifiez successivement vos *alliés actifs* : ceux qui sont d'accord avec vous et qui luttent à

vos côtés; vos *alliés passifs* : ceux qui sont d'accord avec vous mais ne font rien en ce sens; les *neutres* : ceux qui restent assis au bord de la route, les non-alignés; l'*opposition passive* : ceux qui ne partagent pas votre point de vue mais n'essaient pas de vous arrêter; enfin votre *opposition active*.

Certains groupes de militants ne dialoguent ou ne travaillent qu'avec ceux de la première tranche (les alliés actifs) et établissent ainsi des sous-cultures marginales insulaires et autoréférentielles, ce qui les rend totalement inabordable. D'autres se comportent comme si tout le monde faisait partie de la dernière tranche (l'opposition active), jouant ainsi la carte du « rares sont les Justes » et se comportant comme si le monde entier était dressé contre eux. Ces deux approches sont la garantie d'un échec assuré. Ce n'est pas en surpassant leur opposition active que les mouvements remportent des victoires, mais en déplaçant à leur avantage le curseur de leurs soutiens.



Éventail des alliés

Ainsi, en 1964, le Student Nonviolent Coordinating Committee (SNCC) – Comité de coordination des étudiants non violents –, un acteur majeur du Mouvement pour les droits civiques dans le sud des États-Unis, a procédé à une analyse de l'éventail de ses alliés. Ses membres ont déterminé qu'ils avaient de nombreux alliés passifs parmi les étudiants du Nord : ces derniers étaient de leur côté, mais n'avaient pas de point d'entrée dans leur mouvement. Ils n'avaient pas besoin qu'on leur explique ou qu'on les persuade, ils avaient juste besoin d'une invitation à se joindre au mouvement.

Pour que ces alliés passent du statut de « passifs » à celui d'« actifs », le SNCC a affrété des bus pour aller chercher les gens dans le Nord afin qu'ils se joignent à la lutte sous la bannière « Freedom Summer » (l'été de la liberté). Les étudiants sont venus en masse, et beaucoup se sont profondément radicalisés durant la manœuvre, lorsqu'ils été témoins de lynchages, de violences policières, et qu'ils ont vu des foules de Blancs en colère, tout ça simplement parce que des militants noirs essayaient de voter.

Beaucoup ont écrit à leurs parents, qui se sont soudain trouvé un lien personnel avec cette lutte. Cela a provoqué un déplacement supplémentaire : leurs familles se sont transformées en *alliés passifs*, et avec elles leurs collègues et leurs réseaux sociaux. Pendant ce temps, à l'automne, les étudiants ont repris les cours et commencé à s'organiser sur leurs campus. *Autant de déplacements supplémentaires*. Le résultat : une transformation profonde du paysage politique américain. Ce déplacement du soutien par ricochet n'avait – il est important de le souligner – rien de spontané ; il faisait partie d'une stratégie de mouvement délibérée qui continue, à ce jour, de servir de leçon enrichissante aux autres mouvements.



PRINCIPE

Faites du mouvement votre matériau (aussi appelé « Oubliez la représentation »)

Par John Jordan

« L'art peut cesser d'être un rapport sur les sensations pour devenir une organisation directe de sensations supérieures. Il s'agit de produire nous-mêmes, et non des choses qui nous asservissent. »

Guy Debord, Internationale situationniste, n° 1, Paris, juin 1958

Si vous êtes artiste et que vous voulez prendre un virage politique, ne vous contentez pas de faire de l'art à *propos* de la politique, mais faites en sorte que les mouvements politiques deviennent votre matériau, au même titre que la vidéo, le bois, la musique, la peinture, la scène, etc. Appliquez votre créativité à même les actes de résistance et les incarnations de désobéissance, inventez de nouvelles formes d'insurrection et de vie post-capitaliste. Et vivez-la, jouez-la – dans l'instant présent. En résumé : oubliez la représentation !

Le militantisme a toujours eu besoin de créativité, que ce soit pour imaginer de nouvelles stratégies de campagne, planifier des campements de protestation dernier cri ou concevoir des actes de désobéissance innovants ; les formes de résistance les plus efficaces sont celles qui ont la créativité dans le sang. La créativité dans les mouvements sociaux est parfois issue d'un besoin immédiat ; par exemple, la magnifique nuée de parapluies colorés dans le mouvement pour la démocratie à Hong Kong a pour point de départ la nécessité de se protéger des gaz lacrymogènes. De telles actions sont normalement conçues collectivement par les militants eux-mêmes dès le départ, et leur beauté vient en partie du fait qu'ils ne sont ni à l'origine de l'action ni des experts en créativité.

Faites du mouvement votre matériau... 101

Cependant, quand des artistes et de prétendus « créatifs » se mêlent de politique, ils ont tendance à faire ce qu'on pourrait appeler des « images de la politique ». Dans le meilleur des cas, ils aident à concevoir des affiches, des flyers, des sites Internet et des banderoles pour les manifestations. Dans le pire des cas, ils « représentent » les mouvements en faisant de l'art *à propos* des enjeux politiques : une vidéo *inspirée* par la catastrophe climatique, une pièce de théâtre qui *explore* les injustices du capitalisme, une exposition qui *réfléchit* aux rébellions contre l'austérité de par le monde. Mais ça reste un rôle extrêmement limité pour des gens qui consacrent leur vie à penser en dehors du cadre et à trouver des solutions qui soient à la fois uniques et merveilleuses aux problèmes.

Au lieu de faire de l'art « à propos » du militantisme, le plus grand rôle que peuvent endosser les artistes est de se plonger eux-mêmes dans les mouvements et de transformer la politique elle-même en œuvre d'art. L'art devient celui de construire une belle barricade pour protéger une zone autonome plutôt qu'une sculpture dans un musée, de chorégraphier les foules pour prendre la rue avec grâce plutôt qu'un numéro de danse, de dessiner des vêtements chic avec des poches permettant de voler les multinationales au lieu de produits destinés aux défilés de mode. Certains ont dit qu'il s'agissait d'une indiscipline : l'« artivisme », et son principe directeur est : « Faites du mouvement votre matériau. »

Le premier acte d'« artivisme » de l'ère moderne date peut-être de la Commune de Paris, l'explosion insurrectionnelle qui a duré soixante-douze jours au printemps 1871. La révolte était nourrie par la sensation que la grande révolution de 1789 avait un goût d'inachevé. Ce qui a commencé comme un Woodstock du XIX^e siècle – une fête résistante où les corps se réinventaient et où de nouvelles formes de vie étaient mises en actes – s'est terminé dans la puanteur des corps en putréfaction jonchant les rues. Au cours de

la dernière semaine sanglante de ce printemps utopique, 30 000 personnes ont été fusillées par un gouvernement prêt à tout pour éradiquer le radicalisme de la Ville Lumière.

Que faisaient les artistes à l'époque? Manet, Cézanne et Monet ont fui Paris, se sont réfugiés à la campagne et ont continué à peindre – des portraits, des marines, des couples assis autour d'une table, des bouquets de fleurs. Un artiste, lui, a fait le contraire : il est resté dans la ville insurrectionnelle et a posé ses pinceaux. Pour lui, l'art ne suffisait pas. Convaincu que la Commune était une incarnation pré-figurative des idées de son ami Pierre-Joseph Proudhon – le fondateur de l'anarchisme moderne –, Gustave Courbet s'est lancé corps et âme dans l'organisation. « Je suis dans la politique jusqu'au cou », écrivait-il depuis un Paris qu'il décrivait comme un paradis sans police. Il a rejoint le Conseil de la Commune et, avec le courage de son imagination, a aidé à mettre sur pied la fête qui devait faire tomber la colonne Vendôme, ce monument haï du public et dédié à l'Empire, à la guerre et à la hiérarchie, figurant un Napoléon doré au sommet, totalement incompatible avec la solidarité et l'horizontalité de la Commune. La révolte collective est devenue sa gouache, et la ville sa toile. Le mouvement a fini par devenir son matériau.

La destruction de la colonne Vendôme a été une pièce de théâtre absolue : des invitations ont été imprimées, des groupes ont joué de la musique et vingt mille personnes ont regardé les treuils tirer la colonne, qui est tombée sur la place dans un énorme nuage de poussière. C'était l'acte final d'une brève expérience d'autonomie et la première œuvre majeure de l'artivisme. Désormais, l'art ne montrait plus le monde : il le changeait.



PRINCIPE

Gare à la tyrannie de l'absence de structure !

Par **Josh Bolotsky**

C'est parfois le groupe le moins structuré qui va se révéler le plus tyrannique. Pour vous en prémunir, valorisez la responsabilité au sein du groupe.

Vous est-il déjà arrivé de prendre part à une réunion interminable où tout le monde est censé être sur un pied d'égalité mais où, pourtant, seules une ou deux personnes occupent 80 % du temps de parole ? Une réunion où il n'y a pas de facilitateur, de peur d'introduire de la hiérarchie, et où, du coup, la discussion tourne en rond, sans qu'on sache vraiment à quel moment elle se termine ? Où les nouveaux membres perdent patience parce qu'on néglige leurs propositions et que leurs idées sont remises au placard ?

Bienvenue dans la tyrannie de l'absence de structure !

C'est Jo Freeman qui a donné un nom à ce problème persistant qui afflige les décideurs au sein des groupes, des organisations et des collectifs non hiérarchisés dans son essai indispensable de 1970 *The Tyranny of Structurelessness*¹. Freeman y avançait que, sous prétexte de fuir la hiérarchie, ou même simplement le leadership, les militants renoncent en fait totalement à déterminer les obstacles qui entravent une action collective efficace et à s'en débarrasser. Comme elle le faisait remarquer, « un groupe sans structure, ça n'existe pas ».

1. On confond souvent l'absence de structure avec l'absence de hiérarchie, alors qu'en fait les formes d'organisation non hiérarchiques ont besoin d'une structure très forte. Quiconque a participé à une assemblée générale ou à une réunion où la prise de parole a été facilitée avec efficacité comprendra bien cette distinction.

Ce qui signifie que s'évertuer à faire en sorte que son groupe n'ait pas de structure est aussi utile, et trompeur, que d'espérer une information « objective », une science sociale « sans valeurs » ou une économie « libre ». Un groupe qui prône le laisser-faire est à peu près aussi réaliste qu'une société du laisser-faire; l'idée finit par être un écran de fumée pour que les plus forts ou les plus chanceux puissent établir une hégémonie sur autrui qui ne sera pas remise en cause... L'absence de structure devient ainsi un moyen de dissimuler le pouvoir.

Ce serait déjà suffisamment grave si l'absence de structure ne produisait que quelques contrariétés telles que l'allongement des réunions, mais le problème qui se pose est plus grave encore : ça ne marche tout simplement pas sur la durée. Quel que soit le type de campagne dans lequel vous vous engagez, l'absence de responsabilité et d'organisation de la prise en compte des avis formulés par les participants se révélera souvent fatale.

Alors, quel est le moyen d'éviter une organisation sans structure qui ne va pas fonctionner correctement? Le meilleur remède reste encore la prévention : mettez sur pied des processus sains dès le départ. Toutefois, si vous êtes coincés dans une telle situation et que vous souhaitez faire évoluer votre culture au profit de quelque chose de plus démocratique et de plus participatif, le principal concept à introduire et à faire valoir n'est pas la hiérarchie proprement dite, mais la responsabilité.

La responsabilité est ce qui fait le sel de la démocratie, ce qui la distingue de l'exercice bête et méchant de la communication de préférences. Cela suppose la mise en place de répercussions concrètes quand la volonté exprimée par le peuple n'a pas été appliquée comme promis. (Par contraste, l'absence de structure fournit bien des moyens de prendre en compte les préférences collectives, mais extrêmement peu de façons de garantir qu'elles seront effectivement

Gare à la tyrannie de l'absence de structure! 105

mises en actes.) La hiérarchie est une vision spécifique de la façon de gérer la responsabilité, mais, pour ceux qui y sont opposés, ce n'est en aucun cas la seule.

Il existe autant de structures organisationnelles que de philosophies de l'action collective. Mais presque toutes partagent un point commun : pour le meilleur ou pour le pire, elles tiennent compte de leur propre structure au lieu de se dissimuler derrière des affirmations improbables et trompeuses d'absence de structure. Cette reconnaissance, avec la responsabilité qu'elle génère, est le seul moyen d'assurer une prise de décision efficace et équitable.

PRINCIPE

Il ne faut pas faire la confusion entre votre groupe et la société

Par Andy Bichlbaum

Ne perdez pas de temps à chercher à faire de votre petit groupe militant un groupe « ouvert », « démocratique » ou d'une autre qualité du même type, pourtant bienvenue pour l'ensemble de la société. Pourquoi ? Parce que votre groupe et la société sont deux choses bien distinctes.

Il va de soi qu'on devrait tous s'efforcer d'incarner le changement qu'on veut voir dans le monde. On devrait également bien réfléchir à ce qu'on est, à ce pour quoi on se bat et aux raisons pour lesquelles on se bat. On devrait cogiter au sujet de la société future qu'on appelle de nos vœux et aux moyens de la modeler du mieux qu'on peut dans l'instant présent. On devrait même aller jusqu'à lire des livres à ce sujet ! Mais, pour autant qu'on se perde en tergiversations sur la société, on ne devrait jamais faire la confusion entre la société et nos groupes militants.

Par exemple, on a envie d'une société démocratique, mais nos groupes ne peuvent pas servir de modèle au type de démocratie pour lequel on se bat. Tout comme les familles et les poches de résistance, les groupes d'affinités ne sauraient servir de modèles pour la société à laquelle on aspire. Même dans un groupe hyper-sympa où tout marche comme sur des roulettes, il y a des leaders autoproclamés. On y prend parfois des décisions sans avoir pleinement consulté tous les membres – ou même le moindre membre. Ces pratiques seraient odieuses si elles étaient étendues à la société dans son ensemble, mais elles sont tout à fait acceptables

Il ne faut pas faire la confusion entre votre groupe et la société 107

dans le cadre d'un petit groupe, où il est possible de se dispenser de ces mécanismes formels parce que les membres ont confiance les uns dans les autres.

Évidemment, on n'a pas envie que la société soit un endroit où tout le monde doit faire ses devoirs à heure fixe sans broncher; c'est d'une liberté authentique qu'on a envie, et c'est pour cela que le turbo-capitalisme relève de l'infamie pour nombre d'entre nous. Pourtant, pour bien fonctionner, un petit groupe peut avoir besoin d'opérer sur le modèle d'un bataillon d'infanterie, ou, plus poétiquement, comme l'équipage d'un bateau, avec une division des tâches et des responsabilités clairement définies. Et puis il peut très bien y avoir des dictateurs : il est rare qu'une ou deux personnes puissent se charger de toute la besogne; une ou deux personnes peuvent donc se retrouver à prendre toutes les décisions, surtout dans le feu de l'action, pour parer au plus pressé.

Si vous faites partie d'un groupe qui fonctionne bien, vous finirez tôt ou tard par réaliser quelles sont les règles interpersonnelles qui permettent à la machine de tourner. Il ne faut pas l'avoir mauvaise quand vous vous en rendez compte. Ces règles n'ont probablement rien à voir avec les principes démocratiques ou avec le consensus, mais elles sont basées sur une pratique intuitive des relations en tête-à-tête. C'est souvent celui qui a le plus d'énergie à revendre qui va faire en sorte que les choses se fassent, et il va finir par prendre la plupart des décisions. Même quand le consensus est le modèle initial, ce processus formel est souvent remis au placard, et les membres actifs se contentent de coordonner de façon informelle afin que tout le boulot soit fait. Pourquoi se casser la tête? Autant prendre un raccourci et passer outre le consensus formel!

Si votre groupe marchait bien jadis et que ce n'est plus le cas, se pourrait-il que vous ayez complexifié le processus de prise de décision au nom de l'« ouverture » et – pour dire les

choses sèchement – que ce soient les mauvaises personnes qui aient pris le contrôle?

COMMENT L'INVERSE EST ÉGALEMENT VRAI : C'est un cas de figure où l'inverse est souvent tout aussi vrai, particulièrement dans les groupes les plus nombreux! Voir quasiment tous les principes en rapport.



PRINCIPE

Jouez la pièce pour le public qui n'est pas là

Par Andy Bichlbaum et Andrew Boyd

Dans notre monde ultra-médiatisé, le public qui compte est rarement celui qui se trouve face à vous dans la salle, mais plutôt celui que vous allez atteindre via les médias dominants et les réseaux sociaux. Vous devez avoir ces médias en tête quand vous concevez votre action.



Quand vous montez un canular de toutes pièces ou que vous mettez en scène une sorte de show médiatique, il est important d'avoir en tête que ceux à qui vous vous adressez principalement sont rarement votre public direct. Lorsque les militants d'Occupy Wall Street se déploient dans l'ensemble du quartier financier de Manhattan ou que les militants de

Bhopal vont camper sur la pelouse du Pdg d'Union Carbide, il n'y a aucune raison de penser que leur public *immédiat* va soudain changer d'avis sur la base de ce qu'il a sous les yeux. En fait, l'idée est de faire de ce public immédiat les acteurs malgré eux d'une pièce de théâtre jouée pour un deuxième public. Ce sont les cinéphiles, les spectateurs de YouTube, les téléspectateurs ou ceux qui lisent les communiqués de presse qui vont former ce deuxième public – et ce sont ceux qui comptent le plus à vos yeux. Concevez vos interventions avec ces gens-là en tête.

S'il y a des journalistes sur place, demandez-vous de quoi les choses auront l'air à leurs yeux. Pour autant, assurez-vous tout de même de filmer votre propre action *voir Principe : Mâchez le travail des médias*. Chorégraphiez l'action de façon à pouvoir créer et capter les moments dont vous avez besoin pour raconter l'histoire que vous avez envie de raconter. À la conférence où les gens d'Agit-Pop ont lancé leur comédie musicale guérilla «Public Option Annie», il y avait plus de vidéastes infiltrés que de danseurs.

Évidemment, le deuxième public n'est pas toujours votre cible. À un rassemblement, par exemple, l'audience visée peut très bien être ceux qui y participent. Dans le cas des grèves et des sit-in, l'audience visée est souvent votre cible directe – que ce soit un Pdg ou un représentant de l'État –, et votre objectif est alors de perturber ses affaires courantes au point que les coûts occasionnés vont lui mettre la pression et la faire accéder à vos requêtes.

Mais, pour certaines de ces actions les plus perturbatrices, l'audience visée n'est même pas dans la salle. Quand Tim DeChristopher a empêché le bon déroulement d'une vente aux enchères de pétrole et d'essence dans l'Utah en 2008, son intention n'était pas de s'adresser directement aux autres enchérisseurs. Son action était destinée à un public bien plus large – aussi large que la planète, celle-là même qu'il cherchait à préserver.

Jouez la pièce pour le public qui n'est pas là 111

Parfois, les militants pensent qu'ils vont faire changer d'avis des banquiers, des Pdg ou d'autres personnes qu'ils visent ostensiblement. C'est une chose de *prétendre* vouloir leur faire changer d'opinion – c'est souvent nécessaire pour mettre en scène une action théâtrale efficace –, mais c'en est une autre d'y *croire* soi-même. Si l'on parcourt les archives, l'Histoire ne plaide pas vraiment en faveur de l'idée qu'il est possible de faire changer d'avis les malfaisants en se rassemblant en masse devant leur bastion. Au lieu de ça, envisagez votre cible et votre public immédiat comme les acteurs involontaires d'une pièce de théâtre que vous concoctez pour un autre public dont ils ne soupçonnent même pas l'existence.

POURQUOI L'INVERSE EST ÉGALEMENT VRAI : Parfois, ce principe est totalement erroné. Parfois, les médias et le public ne prêteront pas attention à une action conçue pour la télé avec trop peu de subtilité. Parfois, le meilleur moyen de se connecter au deuxième public est d'être tout simplement soi-même, sans fard, avec tous ses défauts.



PRINCIPE

Laissez-vous guider par ceux qui sont le plus touchés

Par Joshua Kahn Russell

Le militantisme efficace suppose d'apporter un soutien approprié à ceux qui sont le plus touchés, et de leur laisser le gouvernail.

On ne connaît que trop bien l'arrogance typique du bienfaiteur de gauche – celui qui peut s'offrir le luxe de faire son choix parmi un éventail de causes dans la mesure où aucune n'a d'impact immédiat sur sa vie, ou bien qui part du principe qu'on est expert sur un sujet dès lors qu'on l'a étudié à l'université. Vous devez tout faire pour vous distinguer de cette personne : cultivez l'humilité et laissez-vous guider par ceux qui sont le plus touchés par un problème spécifique.

Parce que les gens qui se trouvent à l'autre bout des grandes injustices doivent composer avec les conséquences des campagnes visant à régler ces injustices, ils ont le plus à gagner dans le cas d'une victoire – mais aussi le plus à perdre si les choses tournent mal. Ils sont aussi mieux armés pour comprendre et formuler des solutions pratiques à leurs problèmes. Une campagne ignorant ou dévalorisant leurs savoirs ou leurs voix peut très bien faire plus de mal que de bien.

Accepter les conseils d'autrui n'est pas toujours facile pour ceux qui se considèrent comme des leaders. Les « leaders » autoproclamés sont parfois trop empressés, persuadés qu'ils sont d'avoir la réponse, alors que leurs idées préfabriquées et leurs conceptions toutes faites les empêchent de voir les réponses évidentes qui les entourent. Ces défauts

Laissez-vous guider par ceux qui sont le plus touchés 113

peuvent être atténués si l'on met de la bonne volonté à respecter le processus et si l'on cultive les *responsabilités*.

La responsabilité peut être un concept effrayant pour les militants, mais il vaut mieux l'envisager comme un *processus proactif* mis en œuvre collectivement plutôt que comme un standard, atteint ou non.

Le livret *Organizing Cools the Planet* (S'organiser rafraîchit la planète) définit quatre principes de base pour cultiver la responsabilité¹ :

La **participation** concerne l'engagement actif et équitable avec les autochtones au sujet des décisions qui les concernent.

Les **réflexions** et délibérations signifient qu'on fait tout pour lancer la discussion afin de réévaluer la direction à prendre. Ça se produit après la participation, mais, une fois qu'on a commencé, c'est un fil continu qui se tisse tout au long du processus.

La **réaction** est la capacité à procéder à des amendements et à des ajustements aux problèmes soulevés par les réflexions et délibérations.

Cependant, notre objectif n'est pas la responsabilité, mais la collaboration. La responsabilité n'est jamais que le chemin qu'on emprunte pour y parvenir. Le cycle supérieur nous guide vers des collaborations de plus en plus fructueuses. La collaboration n'est pas toujours facile au premier abord; ne vous découragez pas. La confiance se gagne avec le temps. Sachez faire preuve de clémence envers autrui et vous-même; on fait tous des erreurs *voir Théorie : L'anti-oppression*.

1. Hilary Moore et Joshua Kahn Russell, *Organizing Cools the Planet*, Oakland, CA, PM Press, 2011. Disponible en téléchargement sur <http://organizingcoolstheplanet.wordpress.com/get-copies-of-ocp/>.



La **transparence** signifie que votre politique, votre structure organisationnelle, vos objectifs, vos envies et vos faiblesses doivent être clairs. Le but est d'être aussi ouvert que possible sur vos perspectives et vos motivations.

De ce point de vue, l'expérience de la Ruckus Society est enrichissante. Ruckus est un réseau de coordinateurs et de formateurs à l'action directe. Après avoir débattu pendant des années du problème de la dynamique des « parachutés » qui arrivent de l'extérieur dans les communautés indigènes, Ruckus a développé un protocole selon lequel ils ne se rendent que là où on les attend et privilégient les relations qui vont se développer sur le long terme. Leur « Ruckus Action Framework » (Cadre d'action Ruckus) est un superbe outil de référence à utiliser quand vous définissez un protocole similaire au sein de votre groupe¹.

Se laisser guider par ceux qui sont le plus touchés est une occasion magnifique de s'instruire et de soutenir les groupes concernés pendant leurs luttes. Ça peut être l'une des expériences les plus profondes et les plus gratifiantes du militantisme.

1. Le cadre est reproduit *ibid.*, p. 54.



PRINCIPE

Mâchez le travail des médias

Par **Andy Bichlbaum**

« Ne détestez pas les médias : devenez les médias. »

Jello Biafra

Les journalistes ont souvent envie de parler d'un problème important, mais ils ne sont pas en mesure de le faire pour des raisons éditoriales. Une action créative bien menée (que vous photographiez ou filmez par vos propres moyens) peut leur donner l'excuse ou la matière dont ils ont besoin.

Si vous avez envie qu'on parle de votre événement dans les médias, faites-leur un cadeau qu'ils ne pourront refuser : une histoire qui exprime très clairement ce que vous avez à dire, avec des images splendides, un retournement inattendu ou beaucoup d'humour. Si un journaliste avait déjà envie d'aborder un sujet précis, ça lui donnera l'excuse parfaite dont il avait besoin ou le petit plus indispensable pour vendre ce sujet à son rédacteur en chef.

Ne vous inquiétez pas si vous faites l'impasse sur quelques informations importantes durant votre numéro ou durant le canular lui-même. C'est tant mieux si vous pouvez les inclure, mais vous avez toujours la possibilité de joindre un communiqué de presse avec l'essentiel des informations importantes. Pour ce qui est de l'action elle-même, il suffit d'appâter ou de fournir une accroche en dévoilant une situation manichéenne afin de pointer du doigt des vérités qui crèvent les yeux mais sont rarement discutées pour autant. Si votre action est bien menée, les journalistes prendront plaisir à en parler, et l'opinion publique (accompagnée d'une campagne militante bien orchestrée) fera le reste.

116 **Joyeux bordel**

Quand les Yes Men ont annoncé que la Chambre de commerce soutenait la législation sur le changement climatique, que Dow allait endosser sa responsabilité pour Bhopal ou encore que la General Electric remboursait sa déduction fiscale de 3,2 milliards de dollars, il ne s'agissait jamais que d'actions amusantes rappelant des réalités simples et indéniables : il fallait que la Chambre soit complètement folle pour ne pas soutenir la législation sur le changement climatique; c'était Dow qui devait nettoyer Bhopal; et la General Electric devrait payer ses impôts. Les journalistes qui ont envie d'écrire des articles sur ces vérités qui crèvent les yeux ne manquent pas, mais ils ne sont pas en mesure de le faire, pour des raisons éditoriales. Si vous montez une action drôle et spectaculaire entièrement dédiée à l'un de ces sujets, alors vous leur donnez l'occasion d'en parler.



En 1969, pariant que leur mariage allait être largement médiatisé, John et Yoko ont décidé de mâcher le travail des médias. Ils ont passé leur lune de miel au lit, à parler de la paix, et ont ainsi réalisé leur propre événement médiatique à travers leurs actions, leurs mots et les pancartes plantées derrière eux qui disaient : « Paix dans les cheveux, paix dans le lit. »

Mâchez le travail des médias 117

Mâchez le travail des journalistes autant que possible. Donnez-leur tout ce dont ils ont besoin : un communiqué de presse concis, une photo libre de droits ou une bonne bande-annonce, avec des faits, des chiffres et des extraits audio illustrant votre propos.

Il est indispensable de documenter votre action vous-mêmes et de donner libre accès à vos photos et vidéos. Le bombardement de paillettes de Newt Gingrich *voir Tactique : La perturbation créative* n'aurait jamais pris une tournure virale s'il n'y avait eu un complice sur place pour filmer. Quand Brad Newsham organise des banderoles humaines, il loue un hélicoptère et un photographe professionnel pour survoler les lieux, et puis il transmet les photos aux médias intéressés qui n'avaient pas les moyens de les acquérir.

Plus l'action est furtive, plus il est important de la documenter par vous-mêmes. En dehors des organisateurs, personne ne sait où et quand vont avoir lieu les flash mobs et les comédies musicales guérilla. Il faut donc intégrer des photographes et des vidéastes à ces actions. Mais il ne faut pas vous contenter ensuite de poster vos trucs sur Flickr ou YouTube et d'attendre que tout se fasse tout seul. Au lieu de ça, débrouillez-vous pour que ces images parviennent aux médias. Quand Agit-Pop a lancé la comédie musicale guérilla «Public Option Annie», ils ont rectifié l'éclairage de leurs images au montage juste après l'action, puis les ont transmises aux principaux médias pour que ça passe aux infos du jour. Les chaînes MSNBC, CNN et Comedy Central ont toutes monté leurs sujets à partir de ces images.

ATTENTION AU PIÈGE! De nombreux journalistes rechigneront à utiliser telles quelles des images avec un fort biais éditorial, mais ça peut tout de même les inciter à faire leur propre sujet.



PRINCIPE

Maintenez une discipline non violente

Par Nathan Schneider

« Nous devons mener notre lutte sans cesse sur les hauteurs de la dignité et de la discipline. Nos protestations créatives ne doivent en aucun cas dégénérer en violences physiques. Encore et toujours, nous devons nous élever jusqu'aux cimes majestueuses où la force de l'âme répond à la force physique. »

Dr Martin Luther King, Jr.

L'action non violente est d'autant plus efficace qu'elle reste non violente.

C'est merveilleux de penser que des foules de gens désarmés ont pu vaincre des forces armées jusqu'aux dents grâce à des techniques aussi humbles que la grève, l'occupation, le boycott et le sit-in. Pour comprendre comment c'est possible, n'oubliez pas que les méthodes non violentes mettent l'opresseur face à un choix cornélien (*voir Principe*) : tout ce qu'il peut faire, c'est rouer de coups une bande de réfractaires désarmés ou capituler. Dans le cas de la première option, l'opinion publique peut se tourner du côté des manifestants et saper la légitimité sur laquelle repose le pouvoir de l'opresseur. Si la résistance se poursuit, les mesures de répression croissantes peuvent, petit à petit, faire contre-feu, jusqu'au point où la police ou l'armée refuse d'y prendre part. Le souverain n'a finalement plus d'autre choix que de capituler.

Cependant, cette logique de base peut mal tourner si les réfractaires se mettent à répondre à la violence par la violence. Si l'adversaire parvient à passer le message que les réfractaires sont une menace à la paix et à l'ordre public, il s'épargne le choix cornélien et réaffirme par là sa légitimité en jouant son rôle de protecteur, garant de la sécurité et de

Maintenez une discipline non violente 119

la stabilité. À moins de pouvoir vous payer un armement suffisant pour faire face à la puissance de feu des militaires, c'est cuit pour votre mouvement.



En maintenant une discipline non violente face aux chiens policiers, ce manifestant des droits civiques à Birmingham, dans l'Alabama, met son oppresseur face à un choix cornélien. 3 mai 1963.

La politologue Erica Chenoweth et le sociologue Kurt Schock ont étudié les données des mouvements de résistance passés et ont découvert que l'existence d'une faction armée réduit considérablement la possibilité d'un soulèvement avec une participation massive. La plupart des gens n'ont pas pour ambition de devenir des martyrs au cours d'un échange de coups de feu; du coup, ils restent chez eux. Ainsi, plutôt que de simplement représenter une frange de la « diversité des tactiques » au sein d'un mouvement, la violence incontrôlée tend à diminuer l'efficacité des mouvements de masse non violents voir *Tactique : La*

non-violence stratégique. C'est pour cela que les oppresseurs adorent infiltrer des provocateurs dans les mouvements de résistance pour inciter à la violence : ça leur permet ensuite de discréditer les mouvements.

De nombreuses personnes s'en tiennent à la discipline non violente essentiellement pour des raisons stratégiques : elles le font parce que c'est efficace, plus que pour une question de principe. Cependant, en pratique, s'en tenir à la discipline non violente face à la provocation peut être ardu si elle n'est pas envisagée au moins partiellement comme une fin en soi. Heureusement, quasiment tout le monde souhaite construire une société la moins violente possible. Au point que nous construisons nos mouvements sur le modèle du monde auquel on aspire – la discipline non violente devrait donc en découler naturellement.

On ne devrait jamais confondre la pratique du maintien de la discipline non violente avec la passivité ou la résignation face à l'injustice.

ATTENTION AU PIÈGE! Lorsqu'une tactique non violente donnée ne porte pas ses fruits, on a vite fait de conclure que la non-violence a échoué et que la violence est notre seul recours. C'est aller un peu vite en besogne. Le répertoire des tactiques non violentes est très large – Gene Sharp est connu pour en avoir listé 198¹, et on n'en est qu'aux hors-d'œuvre –, des actes purement symboliques à l'action directe conçue pour enrayer les systèmes oppresseurs bien solides. Il n'y a pas de solution tactique universelle : quand une tactique non violente ne fait pas l'affaire, essayez-en une autre, ou plusieurs à la fois!

1. Gene Sharp, *The Politics of Nonviolent Action*, vol. 1-3, Boston, Porter Sargent, 1973. <http://www.aeinstein.org/faqs/198-methods-of-nonviolent-action/>.



PRINCIPE

Mettez votre cible face à un choix cornélien

Par Andrew Boyd et Joshua Kahn Russell

Concevez votre action de façon à ce que votre cible soit forcée de prendre une décision, et que les seules options à sa disposition soient toutes à votre avantage.

Si vous concevez bien votre action, vous pouvez mettre votre cible dans une situation où elle est obligée de réagir, mais où elle ne dispose d'aucune réponse adaptée – où elle est condamnée, quoi qu'elle fasse. En fait, de nombreuses actions avec des objectifs concrets (tels que les barrages, les sit-in, les campements dans les arbres, etc.) exigent un tel « choix cornélien » pour pouvoir réussir.

Prenez par exemple le barrage d'un bâtiment. Un barrage efficace du point de vue tactique ne laisse que deux options à votre cible : 1. négocier avec vous/accéder à vos revendications ; 2. réagir par la force (par de la violence à votre égard ou par une arrestation). C'est un choix cornélien. Il ne faut pas que votre cible puisse sortir par la porte de service, et vous devez faire en sorte de ne pas vous retrouver dans une situation où elle peut vous attendre en toute impunité. Vous devez clairement imposer un choix cornélien. Autrement, le succès de votre action dépend de votre cible ou de la police, alors que vous devriez avoir toutes les cartes en main. Assurez-vous que toutes les sorties sont couvertes – au propre comme au figuré.

Les militants créatifs peuvent adapter cette idée tactique pour imposer à leur cible un tel choix cornélien de type symbolique.

Prenez Cindy Sheehan. À l'été 2005, après le décès de son fils, le soldat Casey Sheehan, au cours de la guerre en Irak, elle a campé devant le ranch du président Bush, au Texas, où il venait d'entamer trois semaines de vacances. Reprenant les propres mots de Bush, elle promet de ne pas partir tant qu'elle ne l'aurait pas rencontré pour qu'il lui explique pour quelle « noble cause » son fils était mort.



Cindy Sheehan

À partir du moment où les médias ont évoqué une impasse, Bush s'est retrouvé face à un choix cornélien : qu'il la rencontre ou non, il était piégé. La rencontrer aurait été un fiasco médiatique, et ne pas la rencontrer était lui concéder qu'elle avait raison. Dans tous les cas, il était perdant. Finalement, il n'est jamais allé à la rencontre de Sheehan, et l'histoire de « Camp Casey » est devenue un moment essentiel où l'opinion publique américaine a basculé pour s'opposer à la guerre.

Songez aussi à l'action « Whose Tea Party? ». Les membres du congrès du Grand Old Party se sont rassemblés sur le navire du Boston Tea Party pour une séance photo destinée aux médias, qui consistait à balancer dans le port un coffre sur lequel était inscrit « Code des impôts ». Mais, soudain, un canot pneumatique rempli de militants – le « Radeau de survie de la famille active » – est apparu juste derrière eux, implorant qu'on ne les laisse pas être noyés par la proposition de loi pour un impôt unique. Les caméras tournaient, et la cible avait alors deux options : soit balancer le code des impôts et noyer le radeau (ce qu'ils ont fait), soit revenir sur leurs déclarations initiales affirmant leur intention de se débarrasser du code des impôts. En balançant le coffre et en faisant chavirer le radeau, ils ont joué le jeu de l'histoire des militants selon laquelle la réforme des impôts proposée par le GOP allait « noyer les familles actives ». Revenir en arrière aurait également sapé l'argument du GOP et aurait valu reconnaissance symbolique du fait que cet impôt était dangereux pour les familles actives. Comme pour Camp Casey, ce choix cornélien n'était pas un heureux accident, mais un élément essentiel dans la conception de l'action.

Souvent, pour que ce principe marche, vous devez être prêts à attendre votre adversaire. Cindy Sheehan s'est engagée à camper devant le ranch de Bush pendant toute la durée de ses vacances. Elle n'allait pas en bouger. C'était à lui de jouer, et il ne pouvait pas se le permettre. De même,

le Radeau de survie de la famille active dansait sur l'eau, implorant le GOP d'épargner les familles actives tandis que les médias filmaient. Contrairement à ce qui se passe dans nombre d'actions, il n'y avait pas d'agents de sécurité pour les faire partir. Ils ne pouvaient qu'attendre, et plus les gens du GOP hésitaient, plus leur message de protestation était fort.

ATTENTION AU PIÈGE! Il en va de même pour le militantisme que pour la protection face aux animaux dangereux : forcer quelqu'un à aller dans un coin peut parfois provoquer une réponse violente. Si votre intention est d'éliminer toute possibilité de fuite ou bien un scénario du type «bats-toi ou barre-toi», alors vous devez prendre toutes les précautions nécessaires afin de minimiser les risques pour vous et vos alliés, dans l'hypothèse où votre cible choisirait de s'en prendre directement à vous.



PRINCIPE

Ne dites pas : montrez!

Par Doyle Canning, Patrick Reinsborough et Kevin Buckland

Utilisez les images, l'action et la métaphore pour faire la démonstration de votre message, au lieu de sombrer dans le prêchi-prêcha, l'injonction, ou de vous mettre à dire à votre public ce qu'il doit penser.

Une image vaut mille mots. Dans notre culture moderne avec des médias dominants et leur cycle d'informations gouverné par les images, c'est plus vrai que jamais. Pour être efficace, une campagne créative doit elle aussi être gouvernée par les images. Autrement dit, *ne dites pas : montrez!* Et il y a bien des façons d'y parvenir.

Insistez sur l'histoire, et non sur les faits. Les faits sont rarement éloquentes. Alors que l'exactitude des faits est primordiale à votre message, les faits ne devraient être rien d'autre que des détails pour consolider votre histoire, et non des appâts visant à rendre l'histoire captivante.

Évitez de commencer par des statistiques si vous voulez évoquer les dégâts provoqués par le chômage. Racontez plutôt l'histoire émouvante d'une seule personne. Puis expliquez qu'il y en a dix millions comme elle.

Rendez ça attrayant. C'est difficile de parler de beaucoup de choses importantes – c'est trop vaste, trop lointain, trop abstrait ou trop complexe. Pour ramener tout ça à l'échelle humaine, vous pouvez vous aider d'accessoires, d'images et d'un langage concret. Prenez les inégalités économiques, par exemple. On a vite fait de se perdre dans les points de détail du code des impôts, mais, quand le milliardaire Warren Buffett raconte que sa secrétaire paie plus d'impôts que lui et que ce n'est pas bien, c'est dur à discuter. Pour attirer l'attention sur la disparité croissante entre la paie

d'un Pdg et celle d'un ouvrier, un groupe a dévoilé une réplique miniature du Washington Monument, 419 fois plus petite que l'original, précisément là où se déroulait leur conférence de presse.

Choisissez des métaphores solides. Avec la métaphore, on peut montrer une chose pour ce qu'elle est, sans avoir à l'expliquer. Pour trouver la métaphore la plus parlante, demandez-vous ce qui incarne le mieux ce que vous essayez de transmettre. Récemment, on a lancé le débat sur l'immigration aux États-Unis avec la métaphore des oiseaux migrants (« Les oiseaux migrants ont-ils besoin de passeports eux aussi? »), qui pointait précisément du doigt l'absurdité de la situation, sans se focaliser sur une politique ou un article de loi en particulier.

Exprimez-vous avec des actes. Plutôt que de parler, mettez en actes ce que vous avez à dire. Chaque fois que la police fait barrage pour protéger une banque durant une manifestation, se joue une métaphore qui reflète la réalité de la situation : l'État défend les riches contre le reste d'entre nous. Parfois, il suffit de le montrer – sinon, vous pouvez toujours forcer le trait.

Une action bien conçue parle d'elle-même et, dans l'idéal, propose de multiples solutions au problème qui se pose. Ce que vous voulez, c'est que votre public tire ses propres conclusions, et non qu'il ait l'impression qu'on lui dise ce qu'il doit penser.

Prêcher n'est pas convaincre. Il y a mille façons de transmettre un message et des valeurs sans se lancer pour autant dans une diatribe politique : on peut raconter une histoire, relater une scène, filer la métaphore, commencer par donner l'exemple ou laisser le soin à nos actions de faire du bruit. On peut se faire une fleur à nous-mêmes et à notre public : il suffit de montrer, et de se taire.



PRINCIPE

Ne perdez pas votre message de vue

Par Celia Alario

« Vous faites tellement de bruit que je n'entends pas ce que vous dites. »

Ralph Waldo Emerson

Quand on se concentre sur le message, on communique précisément ce que l'on veut faire savoir à son public. Nos paroles, nos images et nos actions se retrouvent en harmonie, et l'invitation à agir qui s'ensuit est forte, claire et irrésistible.

La discipline du message est l'art de communiquer ce que vous cherchez à communiquer avec clarté et logique, et de façon à ce qu'on le retienne. Tout devrait s'aligner pour renforcer le contenu de votre message, des points de discussion au cours d'une interview aux slogans sur la banderole, jusqu'aux visuels que vous créez pour un événement.

Pourquoi la discipline du message est importante

Ça marche : Quand vous êtes concentré sur votre message, vous avez plus de chances de toucher votre public et de l'inciter à agir.

Ça fait honneur à votre processus de groupe : Vous avez travaillé dur avec votre groupe pour déterminer ce qu'il fallait communiquer. En restant concentré sur le message, vous faites honneur à ce dur labeur et à cette pensée stratégique, car vous ne communiquez que ce que vous avez convenu collectivement comme étant le bon message.

Faites en sorte que ça s'imprègne : Dites une seule chose et dites-la bien. Avant que le message ne soit bien ancré, l'individu lambda a besoin d'être exposé aux *multiples*

impressions sensorielles de ce message. Si vous pratiquez la discipline du message, sa cohérence enfoncera le clou.

Il ne faut pas se laisser embarrasser : Tout ce que vous dites ou faites peut être retenu contre vous à la cour de l'opinion publique. Assurez-vous donc que vos paroles et vos actes sont en phase avec le message du collectif. Débarrassez-vous de tout ce qui pourrait vous encombrer. Souvenez-vous : moins, c'est plus.

Comment y parvenir

Lors d'interviews : Il faut que les porte-parole s'entraînent au B.A.BA : *accusez réception* de la question ; *établissez un lien* entre la question et vos sujets de préoccupation ; et *transmettez* votre message.

Exemple :

- A. « C'est une bonne question » ou « Je suis content que vous me l'ayez posée »
- B. « Je pense que le vrai problème, c'est... » ou « La vraie question, c'est... »
- C. Insérez votre message clair, concis et formulé avec brio.

Dans nos images et nos actions : Quand vous concevez votre action, imaginez-la en photo – juste l'image, sans légende. Est-ce que votre message passerait à travers cette photo ? Si votre public vous voyait au loin mais ne pouvait pas vous entendre, est-ce que le message serait compréhensible ? Comment faire en sorte d'en augmenter la probabilité ? *voir Théorie : La logique d'action.*

Inventorisez votre événement : Tout ce que votre public voit ou entend durant votre action fait partie intégrante de votre message ; alors, soyez attentifs aux détails. Comment

Ne perdez pas votre message de vue 129

sont habillés vos porte-parole? Est-ce qu'ils boivent dans un gobelet en plastique? Un tout petit peu d'attention lors du déroulement de votre événement peut vous garantir l'impact désiré.

La discipline du message n'est pas l'ennemie de la créativité, loin de là! On peut avoir des messages distincts sur les pancartes. Chaque porte-parole peut partager une petite phrase qui reflète sa propre expérience unique. Mais quand vous êtes « concentré sur le message », tous les éléments sont réunis pour renforcer le cœur de votre message. Chaque élément d'action, chaque réponse lors d'une interview est autonome et permet de transmettre un message fort à votre public avec clarté, cohérence et crédibilité.

ATTENTION AU PIÈGE! Vous n'aurez jamais assez d'une petite phrase pour tout ce que vous avez à dire. Assurément, on n'en serait pas là s'il n'y avait eu des décennies d'irresponsabilité financière ou des siècles d'oppression coloniale, mais l'art de la discipline du message consiste en partie à calmer votre envie de déballer tous ces détails chaque fois qu'on vous donne la parole. Le cœur de votre message doit être simple et percutant, et vous devez convenir que ce n'est rien d'autre que le galop d'essai de votre travail portant sur ce problème.



PRINCIPE

Nous sommes tous des leaders

Par Jonathan Matthew Smucker, avec l'aide de Han Shan de #Occupy

« Ils ont encerclé le bateau, et quand ils ont baissé la passerelle, le shérif McGray est allé à l'autre bout et il a dit : "Qui sont les leaders, ici ?" Et, d'une seule voix, ils ont gueulé : "Nous sommes tous leaders, ici !" Eh bah, je peux vous dire que ça les a fait flipper! »

Utah Phillips, *Fellow Workers*¹

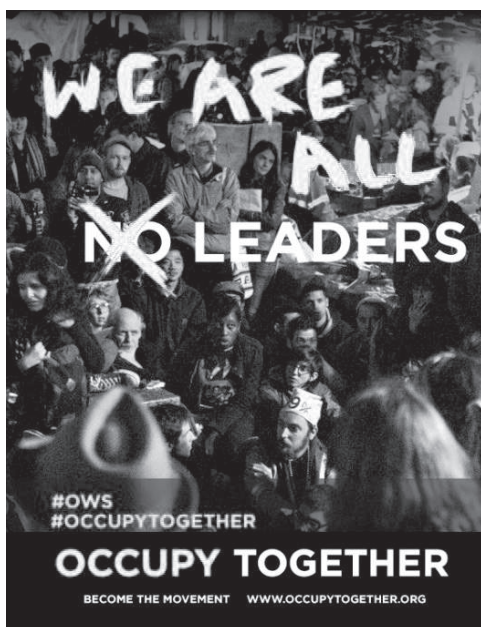
La méfiance envers la hiérarchie est toujours bonne à prendre, mais elle peut susciter un *a priori* négatif envers toutes les formes de leadership. En fait, ce qu'on veut, c'est *plus* de leadership, pas moins.

Quelle est la différence entre « aucun d'entre nous n'est leader » et « nous sommes tous des leaders » ? Au premier abord, ces deux phrases ont l'air de deux variantes de la même idée, à savoir, pour l'essentiel : « Nous croyons à une forme d'organisation horizontale plutôt que verticale. Nous croyons à l'égalité entre la participation et la résistance aux hiérarchies sociales. » Mais le mot leadership peut vouloir dire bien des choses, et la création de hiérarchies n'est pas forcément implicite. « Prendre le leadership » peut signifier prendre l'initiative pour faire avancer un projet ou une tâche, ou prendre la responsabilité pour déterminer les besoins et s'engager individuellement ou collectivement pour réaliser ce projet.

Autrement dit, il est important de faire la distinction entre l'organisation *horizontale* et la *désorganisation*, et d'encourager des modèles de leadership disparates qui vont favoriser l'efficacité et les diverses formes de responsabilité.

1. Utah Phillips et Ani DiFranco, *Fellow Workers*, Buffalo, NY, Righteous Babe Records, 1999 (CD audio).

Ce n'est pas qu'une question de sémantique. Si un groupe se vante de *ne pas* avoir de leader, ses membres peuvent être extrêmement hésitants avant de se lancer pour prendre une initiative, craignant d'être alors perçus comme « leaders », ce qui serait mal vu. Si on veut vraiment changer le monde, on a besoin que *plus* de monde s'engage à prendre des initiatives, pas moins. La capacité du collectif sera d'autant plus grande que les initiatives seront prises dans le cadre du travail collectif. Construire le pouvoir collectif est l'un des enjeux les plus importants pour la base de l'organisation.



*Pas de leaders. Nous sommes tous des leaders.
Occupons tous ensemble.*

Nous devons élaborer une culture où on invite tout le monde à s'engager. Cela signifie s'engager de façon à laisser aux autres un espace où ils puissent s'engager – où ils

se sentent invités à s'engager et à prendre l'initiative à leur tour. « S'engager » peut vouloir dire écouter attentivement et s'enrichir au contact des autres. Ça peut aussi vouloir dire prendre le temps de déterminer et d'évaluer de nombreuses formes de leadership différentes au sein du groupe. Et ça peut encore vouloir dire chercher à encourager le potentiel de leadership chez les autres, qui peuvent ne pas se sentir le droit de s'engager s'ils n'y ont pas été invités ou encouragés. Une culture qui valorise un leadership sain est une culture où les responsabilités sont récompensées, dans laquelle nous sommes responsables de ce que nous faisons, et redevables les uns envers les autres. Mais cette insistance sur les responsabilités doit aller de pair avec une culture de groupe qui valorise le leadership. Autrement, on risque de développer une mentalité où « tout le monde tire sur son voisin en cercle », dans laquelle on gaspille notre énergie à se tirer dans les pattes pour prendre l'initiative.

Nous avons besoin d'un mouvement où les autres nous encouragent constamment à développer notre plein potentiel et où nous brillons en tant que collectif de leaders œuvrant tous ensemble pour un monde meilleur. Soyons tous leaders. On a besoin de *plein* de leaders, pas de se retrouver *sans* leader.



PRINCIPE

Partez en reconnaissance sur votre propre terrain culturel (et tirez-en parti)

Par **Stephen Duncombe**

« Ce que les gouvernements de par le monde devraient craindre par-dessus tout, c'est un expert en technologies de communication. »

Sous-commandant Marcos

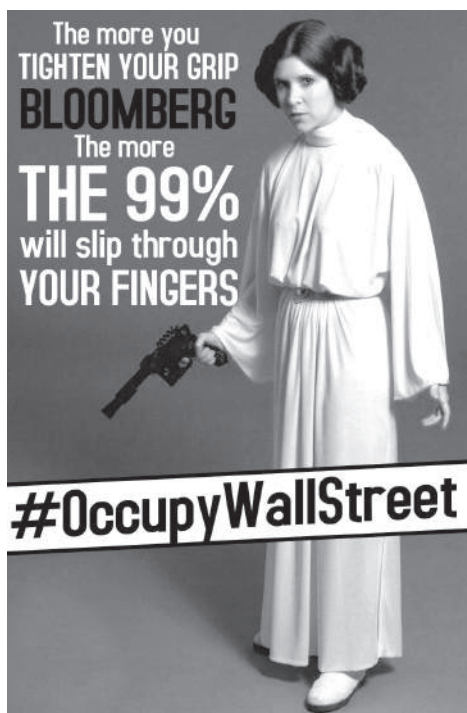
La première règle de la guérilla, c'est de connaître le terrain comme sa poche et d'en tirer parti. C'est aussi vrai que vous vous battiez véritablement dans la jungle ou dans les terres virtuelles abandonnées de la culture de masse.

Ceux d'entre nous qui sont engagés dans le militantisme créatif doivent être capables d'arpenter le vaste paysage culturel dans lequel nous menons nos campagnes pour pouvoir en tirer parti. Au XXI^e siècle, ce terrain s'étend aux confins des vidéos à sensation qui font le buzz, des hashtags de Twitter, des campagnes publicitaires guérilla, des potins mondains, des spectacles sportifs, de l'iconographie religieuse et d'autres débris culturels.

Mais comment un militant pourrait-il survivre, sans parler de s'épanouir, dans un environnement culturel créé expressément dans le but de marchandiser tout ce qui a de la valeur ou d'entretenir le culte de l'autorité ?

Tous les artefacts culturels portent en eux leurs propres contradictions. Les campagnes marketing, par exemple, sont développées pour exploiter l'émotion qu'elles suscitent aux fins de vendre un produit. Mais, pour y parvenir, elles

ont besoin de puiser dans les rêves et les cauchemars inscrits chez un très grand nombre de gens. Parfois, ces désirs sont effrayants et réactionnaires (« Brossez-vous les dents avec Pepsodent™, sinon vous finirez vieux garçon ou vieille fille »), mais parfois ils vont puiser à la source d'aspirations positives, souvent utopiques (« Buvez cette bière et vous serez entouré d'une communauté aimante, même si elle est un peu pompette »).



Plus tu resserreras ta poigne, Bloomberg, plus les 99 % te glisseront entre les doigts #occupywallstreet. Conception : Andy Menconi.

Ou alors, prenez la religion : les militants de gauche considèrent souvent la religion comme une institution conçue

Partez en reconnaissance sur votre propre terrain culturel... 135

pour renforcer le *statu quo*. Il y a sûrement bien des choses à condamner dans la religion, mais elle n'en reste pas moins un système éthique et un code de comportement auxquels on peut se référer pour critiquer les normes et les idéaux du capitalisme mercantile. Les grandes religions de ce monde prônent des vertus telles que l'amour, la communauté et la responsabilité envers les autres – à n'en pas douter, un beau matériau à travailler pour un coordinateur intelligent. Moïse était un leader spectaculaire, Mahomet un poète émérite, et Jésus s'est improvisé militant créatif quand il a chassé les marchands du Temple et s'est mis à raconter des paraboles captivantes.

En 1906, le grand philosophe, psychologue et pacifiste William James a déclaré à un groupe d'étudiants américains que, s'ils voulaient toucher un plus large public avec leur message pacifiste, ils devaient comprendre que la guerre, si sanglante et barbare soit-elle, avait tout de même des liens avec le sens de l'honneur et du sacrifice, et qu'il fallait d'abord que ces valeurs soient reconnues, puis redéfinies.

Au lieu de rejeter la guerre purement et simplement, concluait-il, les militants devaient formuler un « équivalent moral de la guerre » afin de la remplacer dans le système de valeurs de leur culture. L'astuce, d'après James, est de puiser dans ce qu'il peut y avoir de positif dans la culture environnante et de rediriger ces rêves, ces désirs, ces images et ces impulsions vers des objectifs sociétaux plus progressistes et plus créatifs.

Le terrain culturel contemporain comprend plusieurs niveaux et il est extrêmement varié. Contrairement à la guérilla qui se déroule dans la jungle, qui n'a rien besoin de connaître en dehors de son propre terrain d'action, nos guérillas culturelles du XXI^e siècle ont besoin de viser toujours plus loin, toujours plus haut. Peut-être que vous n'aimez pas ou que vous ne connaissez pas la FFSA, le sport professionnel, la télé-réalité et les super-héros, mais ce sont

des champs de culture fertiles que vous devez labourer. Ça demande un peu d'ouverture d'esprit et un brin de courage en soi, mais il nous incombe de nous plonger dans l'univers culturel de l'« autre » culture, d'apprendre à le connaître et de le respecter – et l'ironie, c'est que, pour beaucoup d'entre nous qui sommes issus de la contre-culture, cet univers est précisément la culture *mainstream*.

ATTENTION AU PIÈGE! La culture de masse que l'on cherche à s'approprier et à laquelle on souhaite assigner un nouveau rôle est souvent enracinée dans des idées profondément régressives. Utilisez-la avec précaution et imagination, sinon sa fonction initiale risque de continuer à prévaloir.



PRINCIPE

Pensez narrativement

Par Doyle Canning et Patrick Reinsborough

Face à un ennemi très puissant, la meilleure riposte est parfois une histoire très forte.

On aimerait tellement croire que les êtres humains sont des acteurs rationnels dont les décisions sont fondées sur une évaluation posée des faits... Mais la science cognitive nous rappelle que nous ne sommes que des animaux narratifs qui découvrent le monde à travers les histoires. Nous prenons plus souvent nos décisions avec nos tripes qu'avec notre intelligence, et les faits bruts de décoffrage suffisent rarement à émouvoir l'opinion publique. Partant de là, les acteurs sociaux mènent en permanence une « bataille de l'histoire » pour façonner la perception du public.

La nature inégale de nos médias et de nos systèmes de communication *voir Théorie : Le modèle de propagande* a pour conséquence que les intérêts monétaires disposeront toujours d'un accès privilégié aux moyens de communication – mais ça ne signifie pas pour autant que leur histoire sera plus inventive ou plus captivante. On peut compenser partiellement cette différence, pas simplement en devenant maîtres conteurs, mais en *pensant* narrativement. Si l'on étudie la façon dont l'histoire et le pouvoir ont toujours été entremêlés, on comprend mieux comment le pouvoir politique opère, mais aussi comment on peut le contester.

Penser narrativement signifie qu'on élabore également une stratégie et qu'on écoute en termes narratifs. Quand on conçoit des actions et des campagnes, il faut prendre du recul pour pouvoir analyser la façon dont le problème est perçu par ceux qui ne sont pas d'accord avec nous.

(Souvenez-vous que les gens ne réagissent pas tant à une histoire parce qu'elle est vraie que parce qu'elle fait sens à leurs yeux.) Il faut prendre son public en considération et échafauder la narration de sa campagne à partir des principaux matériaux de construction qui font une belle histoire. En voici cinq à avoir en tête :

Le conflit

Quel est le problème ou le conflit dont il est question ?
Comment est-il cadré, et qu'est-ce qui reste hors cadre ?

Les personnages

Ce peut être une question cruciale pour l'organisation : c'est qui, « nous » ? Qui sont les autres personnages de l'histoire ? Les personnages parlent-ils pour eux-mêmes ou est-ce que quelqu'un parle en leur nom ?

L'imagerie

Quelles sont les images fortes qui pourraient contribuer à renforcer l'histoire ? Y a-t-il une métaphore ou une analogie qui pourrait représenter le problème ? Une bonne histoire fait usage de l'imagerie et d'un langage évocateur pour *nous montrer* ce qui est en jeu plutôt que pour dire au public ce qu'il doit penser *voir* *Principe : Ne dites pas : montrez !*

L'annonce

Comment envisage-t-on la résolution du conflit ? Quelle solution au problème avons-nous à proposer ? Comment évoquer cette résolution souhaitée sans en révéler la fin, pour ainsi dire ? *voir* *Tactique : L'intervention pré-figurative.*

Les hypothèses

Chaque histoire est construite sur la base d'hypothèses non formulées. Le meilleur moyen de s'opposer à une

histoire concurrente est d'exposer et de contester ses hypothèses non formulées voir *Principe : Donnez de la visibilité à l'invisible*.

Ces cinq éléments d'histoire peuvent être combinés pour mener une *analyse de la puissance narrative* sur une narration prédominante, ou pour échafauder une narration du changement. Donner du corps à ces éléments au fur et à mesure qu'on élabore nos campagnes peut aussi nous inspirer des opportunités stratégiques à saisir pour l'action ou l'intervention.



PRINCIPE

La pratique de la praxis nous préserve de bien des problèmes

Par Joshua Kahn Russell

La théorie sans action produit des révolutionnaires en fauteuil roulant. L'action sans réflexion, elle, produit un militantisme inefficace ou contre-productif. C'est tout l'intérêt de la praxis : un cycle de théorie, d'action et de réflexion qui nous aide à analyser tout ce que l'on entreprend en vue de perfectionner nos idées.

Le militantisme efficace suit un cycle : on commence par développer une théorie sur la façon d'induire le changement ; on agit sur la base de cette théorie ; on fait un pas de côté et on réfléchit à la manière dont l'action s'est déroulée ; on redéfinit notre théorie. Au niveau le plus fondamental, praxis signifie « apprentissage ». Ça paraît simple, mais dans les faits très peu de militants la pratiquent vraiment.

La praxis exige de nous que nous tirions les leçons de notre propre expérience et de notre propre contexte. Il ne s'agit pas simplement de faire preuve d'intelligence et de réfléchir. Il s'agit aussi de développer des comportements spécifiques et des normes de groupe qui vont valoriser des habitudes stratégiques, de débriefing et de révision – c'est-à-dire le genre de réunion, de structure organisationnelle et de dynamique de leadership de votre groupe.

Voici la différence que peut faire la praxis :

Disons que vous faites partie d'une organisation étudiante à la fac. Si ça pêche un peu au niveau praxis dans votre orga, vous allez peut-être vous dire : « Invitons tel ou tel penseur radical à venir parler sur notre campus ! » Vous allez affirmer que cet événement sera une « bonne chose ». Et puis

La pratique de la praxis nous préserve de bien des problèmes 141

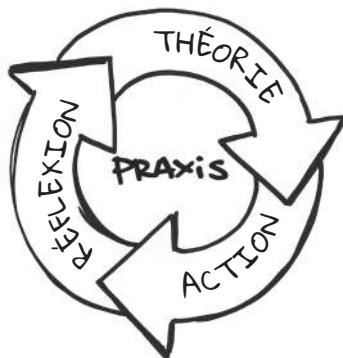
l'événement va se dérouler. Il attire pas mal de monde, mais, par la suite, l'orga ne sait pas trop quoi en penser. Vous décidez d'aller de l'avant et d'organiser un autre événement.

Ça part un peu dans tous les sens. Il n'y a pas véritablement de théorie, pas de matière à réflexion.

Au lieu de cela, commencez donc par une théorie. Vous allez commencer votre réunion de groupe en disant : « Faisons venir tel ou tel penseur radical : ce sera un atout pour notre campagne. Il va pouvoir démontrer la puissance du militantisme, et on va atteindre un nouveau public qui n'a pas encore été mobilisé par notre campagne. On va coller des affiches dans nos cafés préférés. Trois cents personnes vont venir, cinquante vont s'inscrire, et cinq d'entre elles participeront à notre prochaine réunion. »

Ça, c'est une vraie théorie ! Elle a une logique explicite, un processus qui décrit *comment* mener l'action, et une mesure des *retombées* concrètes attendues.

L'événement a lieu. Seulement cent personnes s'y rendent, et la plupart d'entre elles travaillent déjà avec votre orga. Du coup, elles sont peu nombreuses à s'inscrire, et il n'y a pas de nouvelle tête à la réunion suivante.



La Roue de la praxis. Par Joshua Khan Russell.

Vous disposez maintenant d'une vraie *matière à réflexion*. Vous pouvez faire un débriefing de votre événement, et, plutôt que de discuter subjectivement pour savoir si c'était une « bonne chose » ou pas, vous pouvez discuter des raisons pour lesquelles vous n'avez pas rencontré le succès escompté et de ce que vous devrez faire la prochaine fois. Vous tirerez parti de ces leçons pour les événements à venir.

Le cycle de la praxis devrait tourner en permanence dans la tête des organisateurs. On a toujours des choses à apprendre de son environnement. L'intérêt de développer une *culture de la praxis* dans votre groupe, cependant, c'est que *tout le groupe*, et pas seulement quelques organisateurs, peut en retirer quelque chose. Quand vous développez votre théorie (votre plan et vos objectifs) avec votre groupe et que vous faites un vrai débriefing *a posteriori*, les enseignements sont accessibles à tous. Si vous ne prenez pas véritablement le temps de formuler vos théories, puis de réfléchir, de réviser et d'apprendre les leçons, vous vous retrouverez à pédaler dans la semoule, et un nombre de plus en plus réduit de gens comprendra comment le groupe doit travailler.



PRINCIPE

Profitez que vous vous organisez pour remettre en cause le patriarcat

Par Harsha Walia

« Le patriarcat est un système politique qui soutient que les hommes sont par nature dominants, supérieurs à tout et à tous ceux qu'ils jugent faibles, particulièrement les femmes, et qu'ils sont dotés du pouvoir de dominer et de régner sur les faibles et d'entretenir cette domination par toutes les formes de terrorisme et de violence psychologiques. »

bell hooks

Comme tous les autres systèmes de pouvoir injustes et arbitraires, il faut insister pour remettre en cause le patriarcat au sein de l'organisation politique si l'on veut parvenir à la libération collective.

Le patriarcat est un système de relations de pouvoir inégales qui accorde des privilèges aux hommes dans tous les domaines de la vie – le social, l'économique, l'institutionnel, le culturel, le politique et le spirituel –, tandis que les femmes et les personnes qui ne se conforment pas au genre sont systématiquement désavantagées. Le féminisme n'a rien à voir avec la « haine de l'homme » ; il s'agit de la transformation de l'idéologie hiérarchique socialement construite qu'est le patriarcat. Dans la mesure où cette dernière s'insinue dans la société, il n'y a rien d'étonnant à ce qu'elle s'insinue également dans les mouvements sociaux. Ainsi, il faut impérativement s'engager pour une praxis féministe contrebalançant l'impact toxique du patriarcat dans l'organisation des mouvements si l'on veut construire des mouvements ouverts à tout le monde¹.

1. Ceci est la version abrégée d'un texte disponible en ligne sur www.colourofresistance.org.

Vu l'urgence qu'il y a à se confronter à des « problèmes majeurs » tels que le pouvoir des sociétés, la militarisation et la destruction environnementale, on a trop souvent tendance à négliger le patriarcat et le sexisme qui règnent au sein de nos groupes. Certains alliés de sexe masculin se pensent incapables de tout sexisme ; mais ce n'est pas en se contentant de croire en l'égalité des sexes qu'on va éliminer les privilèges accordés aux hommes. Si l'on veut contester le patriarcat, il faut comprendre comment nos actions et nos prérequis subissent l'influence de la prévalence du sexisme dans notre conscience et nos relations sociales.



Pour être un véritable camarade/allié, vous devez remettre en cause le patriarcat en vous, et au sein du groupe. Dessin de Suzy Exposito.

Dans nos mouvements sociaux, le sexisme se manifeste principalement de cinq façons :

Les femmes doivent constamment lutter pour prouver leur intelligence et leur engagement en tant que militants politiques.

Les réunions politiques sont dominées par des orateurs et des leaders masculins, tandis que le travail de secrétariat, en cuisine et auprès des enfants, ainsi que la charge affective indispensable au bien-être de la communauté,

Profitez que vous vous organisez pour remettre en cause le patriarcat 145

sont largement assurés par les femmes. Cette division du travail par genre est une configuration extrêmement courante du patriarcat.

Les femmes restent avant tout des objets sexuels. Les femmes de couleur et les lesbiennes *fem*, en particulier, sont fétichisées, ce qui permet de reléguer au rang de « préférences personnelles » les questions du racisme, de la grossophobie, des compétences et de l'hétéro-patriarcat.

Les femmes sont plus susceptibles que les hommes de contester leurs commentaires sexistes. Étant donné la socialisation particulière des femmes sous l'égide du patriarcat, des commentaires ou des incidents en apparence mineurs peuvent humilier, vexer ou mettre en colère les femmes et les personnes qui ne se conforment pas au genre ; on considère pourtant souvent que de tels commentaires sont inoffensifs. Les femmes qui discutent de sexisme sont souvent qualifiées de « facteurs de division », ou alors on dit qu'elles ont des « réactions exagérées », et, sauf à être validées par d'autres hommes, leurs préoccupations de femmes ne bénéficient pas d'une considération équivalente. Cela met en lumière le dédain pour la parole des femmes lorsqu'elles discutent de leur propre oppression.

On considère que le féminisme n'est pas essentiel à la lutte révolutionnaire ou collective ; au lieu de ça, on le relègue au statut de problème d'intérêt particulier. Il en résulte que les problèmes des femmes sont minimisés, particulièrement la violence faite aux femmes et la justice de reproduction.

Faire évoluer les rôles assignés aux genres n'a rien à voir avec la culpabilité ou la faute ; il s'agit d'un long processus

d'apprentissage de toute une vie pour s'opposer à l'oppression avec efficacité et humilité. Pour construire des communautés pro-féministes, on peut : effectuer une division partagée du travail; encourager la parole des femmes et leur leadership d'une façon qui ne soit pas seulement symbolique; respecter l'identification personnelle en faisant usage des noms et pronoms préférés par les personnes concernées; être proactif lorsqu'il s'agit de briser le silence sur les violences sexuelles au sein de la société en général et des communautés militantes en particulier; rendre sûrs nos espaces de groupe, ceux où les problèmes sont soulevés et réglés; et ne pas marginaliser les problèmes des femmes ou ne confier la responsabilité de lutter contre l'oppression qu'aux seules opprimées.

Il est essentiel de se rendre compte aussi que l'on ne demande pas simplement une représentation « plus importante » des femmes; il faut plutôt faciliter concrètement et valoriser l'analyse personnelle des femmes et leur expérience du capitalisme et de l'oppression, particulièrement celle des femmes de couleur. Même si le patriarcat touche les femmes plus gravement encore, il dénature l'humanité, tous genres confondus, et amoindrit notre capacité à vivre en harmonie les uns avec les autres. Écraser le patriarcat n'est pas seulement une responsabilité collective – en fin de compte, il s'agit d'obtenir à la fois à une croissance personnelle et interpersonnelle et la libération collective.



PRINCIPE

Renversez les rôles

Par Mark Read

« *Imposez à l'ennemi les règles qu'il préconise.* »

Saul Alinsky

Parfois, la meilleure façon de dévoiler une injustice au grand jour est de la retourner contre les puissants afin qu'ils en fassent eux-mêmes l'expérience.

Souvenez-vous de cette magnifique scène du film *Erin Brockovich, seule contre tous* : lors d'une réunion avec les sociétés que ses clients accusent de contaminer leur eau potable, l'héroïne apporte un verre d'eau contaminée. « Vous prétendez que cette eau est parfaitement saine à boire ? dit-elle. OK, alors buvez ça. » Et elle pose le verre d'eau devant eux. Lorsqu'ils refusent, l'injustice de la situation est exposée aux yeux de tous. Erin Brockovich a « renversé les rôles ».

Les gens ont un sens inné de l'équité, mais ils ne voient pas toujours les injustices commises dans leur entourage. En partant d'une situation actuelle injuste et en la retournant contre sa source, on peut souligner son déséquilibre inhérent et mettre en action le sens de l'équité des gens. Renverser les rôles peut ainsi être un moyen efficace de gagner le soutien du public tout en sapant l'autorité morale de la personne que vous avez dans le collimateur.

Prenez l'action qui consiste à transformer les rues en jardins : le maire de New York Rudy Giuliani essayait de vendre les jardins communautaires aux promoteurs, une action qui aurait déplacé les populations locales et aurait privé les enfants d'encore plus d'espaces de jeu. La population s'est indignée à juste titre, même si, au départ, elle a eu du mal à s'attirer la sympathie générale. Pour renverser les rôles, les militants se sont emparés d'un quartier du Lower East Side de Manhattan et l'ont transformé en un espace civique

animé par l'échange, l'éducation et la fête. Leur message était : «OK! Si vous pouvez nous éjecter de nos jardins, alors, nous, nous pouvons vous éjecter de vos rues.»

Greenpeace n'a jamais cessé d'employer cette tactique pour mettre en lumière les rejets de déchets toxiques. En 2003, l'ONG s'est associée aux familles et aux victimes de la catastrophe du site chimique de Bhopal, en Inde, et a tenté – sans succès – de livrer sept barils de déchets toxiques au QG de la Dow Chemical Company à Amsterdam. L'action invoquait directement la question fondamentale de l'équité et du pouvoir : «Si vous pouvez rejeter cette boue toxique sur les Indiens, alors, nous, nous pouvons la rejeter sur vous.» Pourquoi une action est-elle déclarée illégale dans un cas, alors qu'elle reste impunie dans un autre ?



Une jeune fille renverse les rôles avec un garde-frontière israélien sur ce graffiti mythique de Banksy en Cisjordanie.

Renverser les rôles pointe du doigt cette question de bon sens en exposant l'hypocrisie et l'injustice aux yeux de tous. C'est un cadre dont les médias dominants peuvent s'emparer facilement, et qu'ils ont du mal à déformer. Pour toutes ces raisons, cela peut générer du soutien à votre cause, augmenter la pression sur votre cible et vous aider à obtenir des concessions.

ATTENTION AU PIÈGE! Une tentative pour renverser les rôles peut se retourner contre vous si votre comparaison est floue, indirecte ou hypocrite. Une comparaison pourtant évidente peut parfois être laminée par des présupposés culturels bien ancrés. La police, par exemple, a une très grande légitimité culturelle en tant qu'agent éthique de l'autorité. Qu'elle en soit digne ou non, c'est la réalité dans laquelle nous évoluons, tous autant que nous sommes. Essayer de renverser les rôles en définissant une équation à partir de la violence policière contre la violence des manifestants conduira toujours à une escalade. Il faut toujours prendre en considération le contexte culturel et les cadres d'interprétation existants avant de renverser les rôles.



PRINCIPE

Réservez un bon accueil aux nouveaux venus

Par Jonathan Matthew Smucker

« Vous êtes invité. Par qui vous voulez, à faire ce que vous voulez. Vous êtes invité, à tout jamais. Vous êtes tellement attendu, par tout le monde, pour tout faire. Vous êtes invité, à tout jamais. »

« You Are Invited », The Dismemberment Plan

Le recrutement et le maintien des effectifs vont de pair. Quelques procédures simples permettant aux nouveaux venus de mieux s'orienter peuvent assurer leur mobilisation actuelle sur le long terme.

Attirer de nouvelles recrues est un enjeu majeur pour toutes les organisations militantes qui souhaitent croître en taille et en capacité – mais le recrutement n'est jamais que la première étape. Intégrer des gens au sein d'un groupe déjà installé peut se révéler bien plus ardu, et c'est tout de suite plus facile si l'on y met de la bonne volonté. Pour faire des progrès et mieux impliquer les gens, il faut leur accorder une attention particulière et probablement établir quelques procédures élémentaires pour leur réserver un bon accueil.

Pour commencer, quand quelqu'un vous dit avoir envie d'intégrer votre groupe ou simplement d'en savoir plus sur lui, vous ne pouvez pas vous contenter de l'inviter à votre prochaine réunion. Même les groupes les plus ouverts et les plus chaleureux tendent à développer une culture de la réunion qui leur est spécifique et qui peut ostraciser les nouveaux venus sans que ce soit intentionnel. Pour augmenter votre taux de maintien des effectifs parmi les nouveaux membres, prévoyez des entretiens d'admission en tête-à-tête avec les nouveaux venus avant qu'ils ne prennent part à une réunion de groupe. Apprenez à les connaître.

Réservez un bon accueil aux nouveaux venus 151

Cherchez à savoir ce qui les a attirés vers votre groupe, le genre de tâches qu'ils aiment accomplir ou pour lesquelles ils sont doués, et de combien de temps ils disposent. Puis c'est à vous de leur en dire plus au sujet du groupe et de ce à quoi pourrait ressembler leur implication. Si ce degré d'orientation est très chronophage en amont, vous gagnerez du temps sur le long terme : les gens ont tendance à se mettre plus vite au travail et à rester plus longtemps. Et c'est tout à fait cohérent de confier cette seule responsabilité à un ou deux membres de votre groupe.



Même un même peut tenir une pancarte à l'arrière d'un camion. Mobilisez les gens à leur échelle. [Manifestation contre la course à l'armement nucléaire en 1960 à San Francisco, en Californie.] Photo de Pip R. Lagenta/Flickr.

Ensuite, si vous voulez que les gens aient envie de rester mobilisés, vous devez faire en sorte qu'ils se sentent valorisés et appréciés. Les gens aiment être entourés de personnes qui les traitent comme il faut. La plupart d'entre nous ne

manquons pas de choses à faire dans un temps libre limité : si vous espérez voir les gens accorder la priorité à votre groupe plutôt qu'aux cours d'aïkido, de danse folklorique ou d'origami niveau supérieur, vous devez les traiter convenablement. Ne manquez pas de remarquer les contributions des nouveaux venus, si minuscules soient-elles, et de manifester votre gratitude à leur égard. Prenez le temps de faire le point avec eux en dehors des réunions. Sollicitez leur avis régulièrement : qu'ont-ils pensé de la réunion ? de l'événement ? de l'action ? Faites-leur part de vos idées et demandez-leur ce qu'ils en pensent.



PRINCIPE

Si manifester est illégal, faites de la vie quotidienne une manifestation

Par Nadine Bloch

Quand la dissidence classique devient impossible à cause d'une répression d'État écrasante, il faut trouver un moyen de rendre subversifs des actes ordinaires.

En juillet 2011, en Biélorussie, la frustration publique par rapport à la crise économique de plus en plus profonde a atteint un point de non-retour. Le régime autoritaire du président Alexandre Loukachenko avait déclaré toute manifestation politique hors la loi, et la police sévissait contre toutes les formes d'expression orale de dissidence. En retour, les organisateurs, rassemblés sous la bannière «La révolution via le réseau social», ont commencé à appeler les gens à se rassembler en public et à applaudir, ou bien à régler leurs téléphones portables pour qu'ils sonnent tous en même temps, transformant ainsi ces actes simples de la vie quotidienne en expressions publiques de profonde dissidence.

Comme les non-manifestations se répandaient, la police frappa fort. Le régime reconnu à juste titre que les applaudissements visaient à saper son autorité. S'il restait les bras croisés et laissait les gens se rassembler pour applaudir sans sévir, alors la population allait pouvoir s'opposer à lui ouvertement et par d'autres biais. Au lieu de ça, le monde a vu ce spectacle absurde de citoyens biélorusses se faisant arrêter en grand nombre parce qu'ils applaudissaient. La fêlure a exposé la profonde irrationalité du gouvernement, une

154 *Joyeux bordel*

perception qui ne put que se renforcer lorsqu'il soumit au Parlement une loi pour rendre illégale l'« inaction organisée » des manifestants silencieux.

Bien avant cela, en 1983, les travailleurs organisés du Chili prévoyaient d'initier une nouvelle résistance à la dictature de Pinochet, en place depuis dix ans, à travers une grève massive dans les mines de cuivre, l'épine dorsale de l'économie chilienne. Avant même le début de la grève, les mines furent encerclées par l'armée ; le bain de sang semblait inévitable si les mineurs maintenaient leur cap. Au lieu de ça, la direction du mouvement a brillamment changé de braquet et opté pour une Journée nationale de protestation faite d'actions décentralisées, appelant ceux qui les soutenaient à rouler au ralenti, à faire clignoter leurs lumières le soir et à frapper sur des casseroles et des poêles à 20 heures. De nombreuses personnes ont participé, et ces mini-protestations ont aidé à rétablir la confiance du mouvement d'opposition brutalisé, tandis que le peuple surmontait sa peur d'agir.



En Biélorussie, des manifestants applaudissent à l'unisson pour protester contre le régime autoritaire du président Loukachenko. Peu après que cette photo eut été prise, la police commença à arrêter toutes les personnes qui applaudissaient.

Si manifester est illégal, faites de la vie quotidienne une manifestation 155

Comme le soulignent ces deux actions, quand des rassemblements de masse et des manifestations publiques deviennent trop dangereux, on peut recourir à des actes de la vie quotidienne pour signifier sa dissidence, rassembler des foules, passer le message, démontrer la nature ridicule de l'autorité répressive et imposer des choix cornéliens, tout en esquivant ou en repoussant la répression violente
voir Principe : Mettez votre cible face à un choix cornélien.

Ce principe ne s'applique pas seulement aux dictatures répressives du tiers-monde, mais également aux sociétés censément plus ouvertes où l'on a criminalisé la vie quotidienne de certains segments de la population. Pensez aux deux femmes *queer* qui s'embrassaient devant le temple mormon de Salt Lake City, jusqu'à ce que la sécurité intervienne pour les écarter du parterre. Ou bien au Dance Liberation Front, dans le New York de Giuliani, qui organisait des danses dans la rue et dans des espaces dépourvus de licences pour se moquer des « lois de cabaret » des années 1920, toujours en vigueur.

ATTENTION AU PIÈGE! Attention à ne pas rater le coche quand vient le moment d'accélérer le mouvement. Dès le départ, il est important d'avoir en tête une direction stratégique pour votre campagne : concentrez-vous sur les activités qui mènent à des actions plus vastes et plus fortes.



PRINCIPE

Utilisez le pouvoir de suggestion des Jedi

Par Samantha Corbin

« Que vous vous en croyiez capable ou non, vous avez raison. »

Henry Ford

Si le pouvoir de suggestion des Jedi a fonctionné pour Luke Skywalker, il peut très bien fonctionner pour vous aussi. Il suffit que vous croyiez en vous, et les autres y croiront eux aussi.

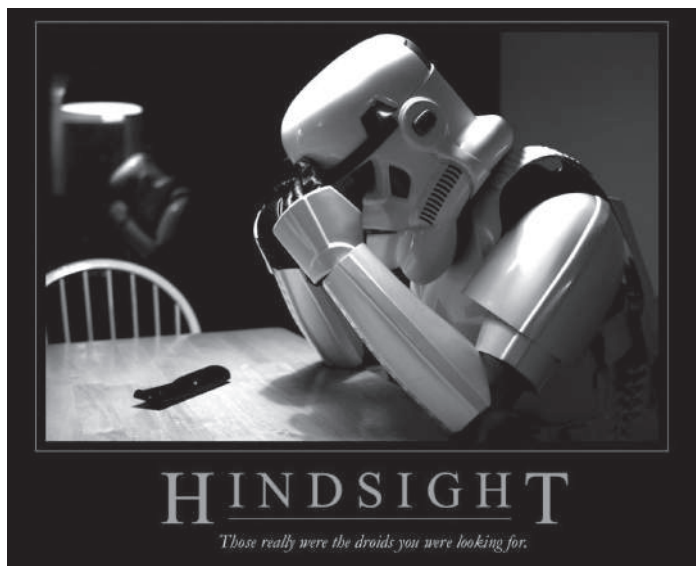
En dehors du pouvoir de déplacer les objets par la force de l'esprit et du fait de posséder un sabre laser rétractable (trop cool!), ce qu'il y a de mieux quand on est un Jedi, c'est le pouvoir de suggestion. Le pouvoir de convaincre avec une voix posée et un simple mouvement de doigt (« Ce ne sont pas ces droïdes-là que vous cherchez ») peut se révéler indispensable dans pas mal de situations joliment perturbatrices.

Bonne nouvelle : le pouvoir hypnotique de persuasion est véritablement à votre portée. Il émerge d'une autorité innée, d'une confiance irrationnelle qui transforme étrangement le monde à votre avantage. Même si ça ne marche pas avec votre percepteur (« Je ne suis pas le boulet que vous cherchez »), ça peut marcher avec les médias dominants quand vous avez besoin de les convaincre de parler de votre événement, ou bien pour persuader la police de vous laisser tranquille. Vous pourriez peut-être même franchir le seuil d'une centrale nucléaire sans qu'on vous pose de question, ou diriger une réunion à huis clos à laquelle vous n'étiez même pas invité. Avec la bonne attitude, le champ des possibles s'étend bien au-delà de ce que vous envisagiez jusqu'alors.

Armé de la seule confiance, un militant adepte du pouvoir de suggestion des Jedi peut détourner l'attention

Utilisez le pouvoir de suggestion des Jedi 157

d'un agent de sécurité ou convaincre des milliers de gens – notamment un présentateur de la BBC – qu'il est un porte-parole de la Dow Chemical Company, ou bien qu'il est parfaitement normal de porter un casque au beau milieu d'un palais des congrès et de commencer à escalader un échafaudage.



« Rétrospectivement : c'était bien ces droïdes-là que vous cherchiez. » Le pouvoir de suggestion des Jedi peut fonctionner non seulement sur les soldats de l'Empire, mais aussi sur des agents de sécurité, des journalistes et sur vous-même.

Voici quelques éléments à garder en tête quand vous vous apprêtez à exercer le pouvoir de suggestion des Jedi sur un simple employé qui ne se doute de rien :

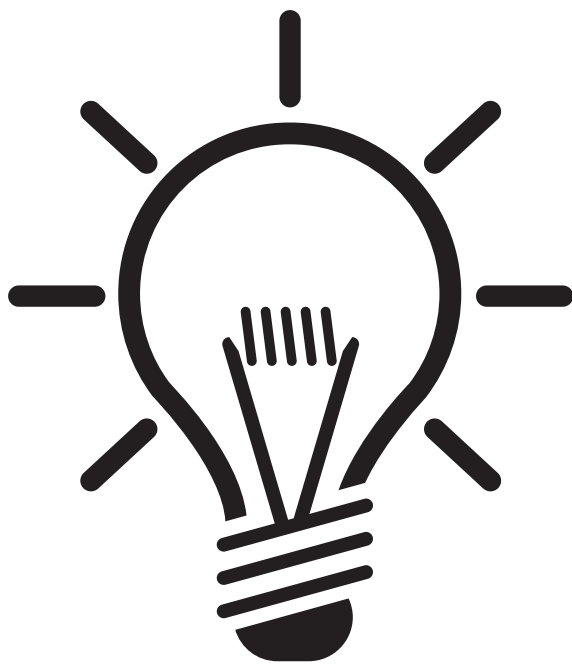
Apprenez les règles, oubliez les règles. La capacité de transgresser, de dépasser ou de faire en toute confiance ce que vous ne devriez pas faire autrement a un pouvoir qui lui est spécifique, surtout lorsqu'elle est mise à l'épreuve.

Agissez comme si vous étiez du sérail (aussi connu sous le nom de « faites comme si de rien n'était jusqu'à ce qu'on vous vire »). L'autorité n'est pas tant innée qu'exercée. On réagit en permanence aux indicateurs codés de statut et d'autorité, et on interagit avec eux; on émet des suppositions en fonction de l'attitude, des manières, des vêtements, de l'accent, de la sympathie, du sex-appeal et d'autres marqueurs. En identifiant ces indicateurs et en jouant sur eux, on peut s'approprier l'autorité qui leur est rattachée.

ATTENTION AU PIÈGE! Gare au contrecoup! Le pouvoir de suggestion des Jedi se dissipe très vite et a tendance à mettre en colère ou à gêner la personne qui s'est fait duper. Ce n'est jamais agréable de réaliser qu'on s'est fait avoir. N'utilisez cette tactique qu'avec des gens que vous ne vous reverrez *a priori* jamais. Pour éviter un contrecoup inutile, dites la vérité autant que faire se peut et laissez aux autres le soin d'émettre leurs propres suppositions.

THEORIES

CADRES CONCEPTUELS





THEORIE

Les actions expressives et instrumentales

Par Jonathan Matthew Smucker, Joshua Kahn Russell et Zack Malitz

« Quand le radical authentique découvre que porter les cheveux longs constitue une barrière psychologique à la communication et à l'organisation, il se fait couper les cheveux. »

Saul Alinsky

L'action politique a tendance à fonctionner grâce à une ou deux motivations distinctes : l'expression d'une identité et la conquête de changements concrets. Il est important de faire la distinction et de maintenir l'équilibre entre les deux.

ORIGINE

La théorie de la mobilisation des ressources, des années 1970 à nos jours.

Les militants se lancent parfois dans une action sans se soucier particulièrement de la façon dont elle sera perçue ou de l'objectif qu'elle atteindra précisément. De nombreuses personnes participent à des actions parce qu'elles ont un sens à leurs yeux, ou simplement parce que ça fait du bien d'agir pour une bonne cause. On appelle ça la partie expressive d'une action. Les actions expressives viennent du cœur et des tripes – que nos « têtes » en mesurent l'impact véritable ou non.

« Prendre la rue » au cours d'une marche en est une parfaite illustration. Évidemment que ça fait du bien, de marcher sans autorisation dans la rue ! Courageusement, vous et vos camarades désobéissez aux ordres de la police et, tous ensemble, vous mettez à marcher au milieu de la circulation. On sent presque la cohésion de groupe dans l'air. C'est enivrant. Mais, généralement, ça n'a absolument aucune conséquence en termes d'objectifs plus larges de mouvements sociaux. Pourtant, combien de fois avez-vous entendu

quelqu'un dire qu'une marche, c'est «mal», simplement parce qu'on reste sur le trottoir? Quand une personne dit ça, c'est peut-être parce que ses objectifs sont avant tout expressifs; entraîner un changement social est de moindre importance.

La plupart des coordinateurs expérimentés pensent à un autre niveau. Sans se soucier de la valeur auto-expressive de ceux que ça concerne, ils se posent cette question : quel bénéfice tire-t-on vraiment de notre action pour notre problème, notre cause, notre mouvement ou notre campagne? On appelle ça la valeur instrumentale d'une action.



JE ME POSE LA QUESTION : EST-CE QU'ON A VRAIMENT UN IMPACT ?

Je me pose la question : est-ce qu'on a vraiment un impact ?

*Des loups pensifs évaluent les impacts instrumentaux. Image de Joshua Kahn Russell et Beatriz Carmen Mendoza, inspirée par un dessin de S. Gross. Publiée pour la première fois dans *Organizing Cools the Planet* (PM Press, 2011).*

Ces deux aspects sont importants, et, même si une action bien conçue peut gérer les deux simultanément, l'expressif

et l'instrumental se dressent souvent l'un contre l'autre. Beaucoup de coordinateurs intraitables se concentrent exclusivement sur les impacts tangibles, omettant que la dimension auto-expressive d'une action joue un rôle important d'affirmation des valeurs et de construction de l'identité de groupe. D'un autre côté, de nombreux groupes peuvent déployer toute une palette d'actions expressives sans jamais rien obtenir en échange. Le danger apparaît clairement : les groupes qui n'évaluent pas la réussite de leurs tactiques en termes d'objectifs instrumentaux risquent de devenir narcissiques et autoréférentiels. Ils peuvent sombrer dans l'impertinence simplement parce qu'ils ne sont pas attentifs aux effets de leur action sur les personnes extérieures au groupe.

Tandis que les actions instrumentales sont souvent focalisées sur un enjeu « externe », disons une pression mesurable que l'on peut exercer sur le méchant visé durant une campagne, elles peuvent également avoir une focalisation « interne ». Prenez un gigantesque atelier d'apprentissage conçu pour développer le potentiel de votre organisation, accroître les compétences des participants ou faire évoluer la pensée au sein de votre mouvement. Là, la valeur expressive de l'action est directement traduite en issue instrumentale. L'expressif et l'instrumental ne sont donc pas des catégories exclusives, mais plutôt des dynamiques auxquelles on doit prêter attention.

Les actions instrumentales peuvent être subdivisées en deux catégories : « communicantes » et « concrètes ». Les actions communicantes sont conçues pour influencer l'opinion, exprimer une idée ou contribuer au discours public, tandis que les actions concrètes sont conçues pour avoir un impact tangible sur une cible. Ce sont deux façons distinctes de mesurer un résultat instrumental.

Même si l'expression personnelle est un élément nécessaire du processus de changement social, elle ne suffit pas.

À travers nos rituels d'expression personnelle, on affirme nos valeurs et nos visions et on construit le genre d'identité et de cohésion de groupe sans lesquelles on serait trop faibles et désorganisés pour changer le monde *voir Théorie : Le paradoxe de l'identité politique*. Cela dit, exprimer des valeurs ne veut pas dire engager la société et réussir le changement systémique. Si l'on veut vraiment changer le monde, il faut savoir distinguer nos objectifs instrumentaux de notre désir d'expression personnelle, et maintenir le juste équilibre entre les deux.



THEORIE

L'anti-oppression

Par **Lisa Fithian et Dave Oswald Mitchell**

« Si c'est pour m'aider que vous êtes venu, alors vous perdez votre temps. Mais si vous êtes venu parce que votre libération est conditionnée par la mienne, alors on va travailler ensemble. »

Lila Watson

Pratiquer l'anti-oppression crée un cadre pour gérer et modifier de manière constructive la dynamique d'oppression à l'œuvre dans notre organisation.

ORIGINE

Tant que l'oppression est présente, les gens cherchent à y mettre un terme. Au cours des dernières décennies, le Highlander Center et le People's Institute for Survival and Beyond ont travaillé à défaire le racisme et à construire la libération collective. Après Seattle, une toute nouvelle vague de travail s'est enclenchée, et elle s'ancre un peu plus profondément chaque année, avec l'émergence de nouveaux collectifs et l'évolution de nouvelles pratiques. Le travail décrit ici a été appris auprès de nombreux professeurs au fil du temps.

Les groupes de militants font parfois l'erreur d'imaginer que seuls les autres sont coupables d'oppression (soit l'exercice injuste du pouvoir ou de l'autorité) ; qu'on pratique naturellement l'anti-oppression dès lors qu'on a envie de se débarrasser des structures oppressantes.

La situation est malheureusement bien plus complexe, et ignorer cette complexité peut se révéler dangereux¹.

Nos actions oppressantes nous rabaissent, nous divisent et inhibent notre capacité à organiser des mouvements émancipatoires à base élargie.

Nous avons été socialisés au sein de cultures fondées sur de multiples formes d'oppression liées les unes aux autres

1. Cet article est adapté d'« Anti-Oppression Principles and Practices », par Lisa Fithian, lui-même compilé à partir d'« Anti-Racism Principles and Practices », par RiseUp DAN-LA, d'« Overcoming Masculine Oppression », par Bill Moyers, et du FEM-MAFESTO, rédigé par une association de femmes de Philadelphie.

et qui nous conduisent souvent, sans le vouloir, à perpétuer des comportements, des situations et des structures déshumanisants. Pour édifier un monde sans domination, nous offrons à la discussion les principes et pratiques suivants, dans l'espoir qu'ils apportent une fondation solide à l'avancement de nos travaux et à l'approfondissement de nos relations interpersonnelles.

Principes

- Le pouvoir et les privilèges peuvent avoir des effets destructeurs sur notre dynamique de groupe. Pour le bien de tous, on doit se confronter aux mots et aux actions qui marginalisent, excluent ou déshumanisent autrui.
- On ne peut identifier la façon dont le pouvoir et les privilèges opèrent qu'à partir du moment où l'on en a conscience et où l'on s'engage à comprendre comment la suprématie blanche, le patriarcat, la lutte des classes, l'hétérosexisme et les autres systèmes d'oppression nous affectent tous.
- Tant que nous ne nous serons pas clairement engagés à pratiquer l'anti-oppression, toutes les formes d'oppression continueront de diviser et d'affaiblir nos mouvements.
- Développer la pratique de l'anti-oppression est le travail de toute une vie. Ce n'est pas avec un simple atelier qu'on va se défaire de notre socialisation au sein d'une culture construite sur de multiples formes d'oppression.
- Le dialogue, la discussion et la réflexion sont autant d'outils pour vaincre les attitudes, les situations et les comportements oppressants. La pratique de l'anti-oppression exige une écoute attentive, sans être sur la défensive, et une communication respectueuse.

Pratiques personnelles

- Mettez-vous au défi d'avoir le courage d'être honnête et ouvert, prêt à prendre des risques et à vous placer dans

une situation de vulnérabilité afin de tenir tête au racisme, au sexisme, à l'homophobie, à la transphobie et aux autres dynamiques d'oppression.

- Quand vous êtes témoin, victime ou coupable d'un abus de pouvoir ou d'une oppression, abordez le problème aussi pro-activement que la situation vous le permet, soit en tête-à-tête, soit avec quelques alliés, sans jamais oublier que l'enjeu est d'encourager un changement positif.
- C'est au comportement que vous devez vous confronter, pas à la personne. Soyez sensible et encouragez un dialogue ouvert.
- Quand quelqu'un émet une critique dans un cadre oppresseur, envisagez ça comme un cadeau, et non comme une attaque. Accordez aux gens le bénéfice du doute.
- Soyez prêt à perdre un ami, mais faites en sorte de ne pas «jeter» les gens qui déçoivent. Aidez-les à assumer leurs responsabilités pour qu'ils puissent faire amende honorable de leur comportement, et soyez prêt à faire preuve d'indulgence en retour.
- Faites le travail ingrat qui incombe souvent aux femmes, particulièrement celles de couleur. Ça inclut le travail en cuisine, le ménage, la préparation, le nettoyage, les coups de fil, les e-mails, la prise de notes, le travail de soutien et les envois en nombre.
- Prenez conscience que vous serez vous-même mal à l'aise lorsque vous devrez affronter le rôle que vous jouez dans l'oppression, et rendez-vous compte que cela fait nécessairement partie du processus. Il faut se soutenir les uns les autres et faire preuve de bienveillance durant ce processus.
- Ne vous sentez pas coupable; sentez-vous responsable. Ce n'est pas parce qu'on fait partie du problème qu'on ne peut pas pour autant faire partie intégrante de la solution.
- Donnez de votre temps et de votre énergie pour construire des relations saines, à la fois personnelles et politiques.

Pratiques organisationnelles

- Consacrez du temps à des discussions cordiales portant sur la discrimination et l'oppression.
- Fixez des objectifs anti-oppression et évaluez en permanence si vous les avez atteints ou non.
- Donnez aux gens des occasions de développer des compétences pour la pratique de l'anti-oppression.
- Encouragez le développement égalitaire de groupe en accordant la priorité au partage des compétences et à une division équitable des rôles, des responsabilités et de la reconnaissance.
- Respectez divers styles de leadership et de communication.
- Ne poussez pas les gens marginalisés à faire certaines choses en raison de leur appartenance à un groupe historiquement opprimé (ce ne serait que symbolique) ; il faut que ce soit basé sur leur travail, leur expérience et leurs compétences.
- Prenez l'engagement collectif de rendre chacun responsable de son comportement, de sorte que l'organisation puisse devenir un endroit rassurant et enrichissant pour tout le monde.



THEORIE

La justice environnementale

Par Margaret Campbell

« En tant que Noire aux États-Unis, j'ai deux fois plus de chances de vivre dans une zone où la pollution de l'air fait courir le plus grand risque à ma santé. J'ai cinq fois plus de chances de vivre à proximité d'une centrale nucléaire ou d'une usine de produits chimiques. Heureusement, il y a des gens comme moi qui se battent pour trouver des solutions qui ne mettront pas en jeu les vies des quartiers noirs défavorisés à court terme – et qui ne nous détruiront pas tous à long terme. »

Majora Carter

En mettant au grand jour les liens entre la justice sociale et les enjeux environnementaux, on peut remettre en cause efficacement les abus de pouvoir qui ciblent sans commune mesure les communautés qui ne bénéficient pas d'une juste représentation économique et politique.

ORIGINE

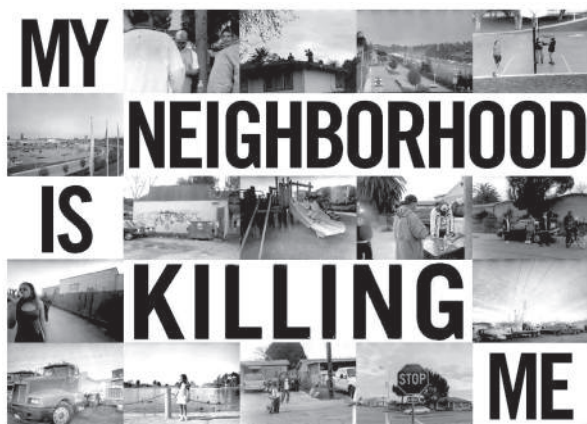
Hazel Johnson, Dr Benjamin Chavis, Charles Lee, Robert D. Bullard et l'organisation autonome des communautés touchées.

Aux États-Unis aujourd'hui, les indicateurs les plus fiables de l'endroit où sont rejetés les déchets générés par la société industrielle sont la répartition par couleur de peau et la répartition par classe sociale. Invariablement, on voit qu'ils s'accumulent dans des quartiers noirs et aux alentours. Le racisme environnemental fait écho à cette tendance à alourdir le fardeau des communautés marginalisées avec les problèmes environnementaux. Le mouvement pour la justice environnementale en est la riposte organisée, qui vise à rétablir l'équilibre dans la répartition des déchets, à travers à la fois le développement communautaire (le développement écologique) et l'investiture politique (faire campagne pour développer et faire respecter les lois et politiques

environnementales) dans les quartiers noirs et au sein des communautés défavorisées.

Après que quatre petites filles sont mortes d'un cancer dans les logements sociaux d'Altgeld Gardens, dans le sud de Chicago, au début des années 1980, Hazel Johnson, qui y résidait de longue date et qui a fondé People for Community Recovery (Les habitants pour la réhabilitation du quartier), a fait ses petits calculs : leur quartier de 77 hectares abritait plus de cinquante sites d'enfouissement de déchets recensés, mais connaissait également le plus haut taux de cancer de la ville. Son association a remporté au niveau local de nombreuses luttes pour la justice environnementale au nom des communautés de gens qui sont pauvres et noirs en majorité, et elle a commencé à tisser des liens avec d'autres organisations à travers le pays. Au milieu des années 1990, le mouvement pour la justice environnementale avait fait de grandes avancées pour rendre publics de tels enjeux, en mettant en scène de nombreux actes de désobéissance civile aux côtés d'organisations comme l'United Church of Christ Commission for Racial Justice (Commission pour la justice raciale de l'Église unie du Christ).

Au niveau mondial, les multinationales toutes-puissantes ont pu répandre la pratique de l'exploitation des communautés politiquement vulnérables. Comme l'avancait Lawrence Summers, secrétaire au Trésor sous Clinton et directeur du Conseil national économique sous Obama, dans un mémo de 1991, alors qu'il travaillait pour la Banque mondiale, «il ne faut pas se voiler la face : la logique économique derrière le rejet de déchets toxiques dans un pays à faibles revenus est irréprochable. J'ai toujours pensé que les pays sous-peuplés d'Afrique étaient largement sous-pollués». Par la suite, un assistant de Summers a prétendu que le mémo se voulait sarcastique. Que ce soit vrai ou non, cette déclaration reflète avec justesse la façon dont le capitalisme gère les déchets.



« Mon quartier me tue ». La lutte pour la justice environnementale est une lutte pour votre propre vie. Photo de la Wake Forest University.

Ce qui est à l'œuvre ici, ce n'est pas seulement du racisme, mais une éthique dévastatrice largement répandue qui refuse toute compassion pour l'environnement et qui dénie toute humanité aux 99 % de la population mondiale, les traitant au mieux comme des ressources à exploiter, ou bien, dans le pire des cas, comme totalement étrangers aux calculs économiques.

Ce n'est pas un hasard si le Mouvement pour les droits civiques a initié un processus qui, au cours des dernières décennies, a culminé en de véritables explosions de militantisme environnemental. C'est parce que la forme que revêt le racisme sous le joug du développement géographique du capitalisme est insidieuse qu'on a permis à un mode de vie insoutenable d'évoluer jusqu'au stade de la catastrophe climatique globale. On ne peut espérer remplacer ce système par quelque chose de plus juste pour tout le monde sans exception qu'en s'opposant dans un même élan aux manifestations sociales et environnementales de la crise.



THEORIE

Les lieux d'intervention

Par Patrick Reinsborough et Doyle Canning

Les lieux d'intervention sont des endroits concrets ou conceptuels au sein d'un système où l'on peut exercer une pression en vue d'enrayer le bon fonctionnement de ce système et d'inciter au changement.

ORIGINE

Patrick Reinsborough et le Center for Story-based Strategy (anciennement smartMeme).

Les lieux d'intervention sont des endroits bien précis d'un système où une action ciblée peut interrompre efficacement le cours des choses et ouvrir la voie au changement. En étudiant bien ces différents lieux, les coordinateurs peuvent développer une stratégie qui va permettre de déterminer les meilleurs endroits, ceux où ils auront le plus grand impact.



*Droit à la terre pour les indigènes!
Intervention sur le lieu de décision. Image de Grassy Narrows Asubpeesooseewagong Anishinabek.*

Traditionnellement, les mouvements sociaux interviennent en menant des actions directes à des endroits concrets au sein des systèmes qui façonnent nos vies, mais les lieux d'intervention conceptuels ont gagné en importance avec le développement de l'efficacité de l'organisation du travail et le pouvoir croissant des médias.

Une intervention véritablement efficace ne va pas se contenter de perturber un système : elle va remettre en cause les fondements de ses appropriations sous-jacentes et de sa légitimité. Cela est vrai, que l'intervention vise un système matériel du type *sweatshop* ou un système idéologique tel que le racisme, le sexisme ou l'intégrisme du marché.

Les cinq types de lieux d'intervention sont les lieux de production (une usine, par exemple), les lieux de destruction (une exploitation forestière), les lieux de consommation (un magasin), les lieux de décision (le siège d'une société) et les lieux d'appropriation (un récit fondateur ou un endroit qui revêt une importance symbolique).

Le lieu de production

L'action sur le lieu de production est l'idée fondatrice du mouvement ouvrier. Les ouvriers s'organisent pour viser le système économique là où ils sont directement affectés et où ce système est le plus vulnérable. Les grèves, les piquets de grève, les ralentissements de cadence et les appropriations d'usine sont autant d'actions sur le lieu de production.

Le lieu de destruction

Un lieu de destruction est un endroit où sont perpétrés dégâts et injustices. Ce peut être l'endroit où l'on extrait les ressources (une mine à ciel ouvert) ou celui où sont rejetés les déchets d'un lieu de production (un site d'enfouissement). Le lieu de destruction est presque

toujours, dès le départ, loin des yeux du public – il est dissimulé par la distance, l'appropriation oppressante ou l'ignorance – et tend à impacter sans commune mesure des communautés déjà marginalisées. L'intervention sur le lieu de destruction peut mettre un coup d'arrêt à un acte de destruction en un instant, et aussi mettre l'accent sur un conflit plus vaste.

Le lieu de consommation

Le lieu de consommation est le lieu de l'interaction avec un produit ou un service en lien avec l'injustice. Les lieux de consommation sont le champ traditionnel des boycotts de consommateurs et des manifestations devant des magasins. Le lieu de consommation est souvent le lieu d'intervention le plus visible pour les actions qui visent les entités commerciales. Les actions sur les lieux de consommation peuvent aussi être un bon moyen d'attirer l'attention des sociétés quand les législateurs font la sourde oreille.

Le lieu de décision

Le lieu de décision, où réside le pouvoir d'agir par rapport aux exigences d'une campagne, est souvent le lieu d'intervention le plus évident et, du coup, l'un des plus fréquemment visés. Que ce soit le bureau d'un marchand de sommeil, la salle de réunion d'une société, la capitale d'un État ou une rencontre internationale au sommet, de nombreuses campagnes réussies ont employé une forme d'action sur le lieu de décision pour exercer une pression sur des décideurs essentiels.

Le lieu d'appropriation

Les appropriations sont les éléments d'assemblage de l'idéologie, l'ADN des systèmes de croyances politiques. Ceux-ci ne fonctionnent jamais aussi bien que lorsqu'ils

échappent à l'examen. Des systèmes de croyances entiers peuvent vaciller si l'on parvient à démontrer que leurs fondamentaux sont contraires au quotidien des gens ou à leurs valeurs. Des actions qui exposent et visent largement des appropriations entretenues peuvent du coup être très efficaces pour déplacer le discours sur un sujet spécifique et ouvrir de nouveaux espaces politiques. Les actions sur les lieux d'appropriation peuvent prendre bien des formes, telles que le dévoilement d'une hypocrisie, le recadrage du problème, l'amplification de la voix des personnes jusque-là réduites au silence au cours de l'histoire, ou le fait d'offrir une vision alternative *voir* *Tactique : L'intervention pré-figurative.*

Transformer une action créative en changement concret requiert une stratégie appliquée. Identifier les différents lieux qu'il est possible de viser est un premier pas fondamental vers la conception d'actions qui les lient à de larges campagnes et à des objectifs de changements sociaux.



THEORIE

La logique d'action

Par Andrew Boyd et Joshua Kahn Russell

« Les actions sont plus parlantes que les mots. »

Devise de la Ruckus Society

Il faut que vos actions parlent d'elles-mêmes. Elles doivent faire sens immédiatement aux yeux de ceux qui vous observent. Leur logique doit être claire pour un œil extérieur.

ORIGINE

Mouvement pour les droits civiques, États-Unis.

Vous est-il déjà arrivé d'observer une manifestation et de vous demander pourquoi ces gens-là étaient en colère? Peut-être s'agissait-il de gamins qui bloquaient un carrefour. Qui sont-ils? Que veulent-ils?

Quand la logique d'action est bonne, personne ne se pose ce genre de questions; une personne extérieure peut regarder ce que vous faites et en comprendre immédiatement les raisons. Par exemple, les gens qui occupent des arbres pour protester contre la déforestation – leur logique est claire et évidente. L'action parle d'elle-même.

La logique d'action crée des histoires très fortes qui vont faire chavirer les cœurs et changer les esprits. Non seulement il est vrai que les actions sont plus parlantes que les mots, mais, particulièrement dans un climat médiatique hostile où il est flagrant que les militants sont mal représentés, il est important que nos actions parlent d'elles-mêmes. Ça peut sembler paradoxal, mais il faut souvent penser très fort et se soucier de concevoir des actions qui font sens intuitivement.

Les actions de désobéissance civile – par exemple, les sit-in dans les cafétérias du Mouvement pour les droits civiques aux États-Unis – tendent à avoir une logique d'action inhérente, parce que leur but est d'enfreindre une loi injuste

précisément pour souligner cette injustice. Cependant, pour d'autres formes d'action directe, qui vont parfois enfreindre la loi afin d'atteindre leur objectif, il y a souvent un travail supplémentaire à fournir pour clarifier la logique d'action.

La logique d'action doit également être encouragée par les actions de communication. À Camp Casey, où Cindy Sheehan a campé devant le ranch de vacances de Bush jusqu'à ce qu'il vienne lui expliquer pour quelle « noble cause » son fils vétéran Casey était mort en Irak, la logique d'action était très forte. Idem pour les mères célibataires du Rhode Island qui ont mis la pression sur un représentant du logement social afin d'obtenir une crèche : elles ne se sont pas contentées d'un sit-in dans son bureau ; elles sont venues accompagnées de leurs enfants pour transformer, quelques heures durant, son bureau en crèche, celle-là même dont elles avaient besoin.



Dans une parfaite démonstration de la « logique d'action », des étudiants de diverses couleurs à Jackson, dans l'État du Mississippi, font un sit-in dans une cafétéria où la ségrégation était en vigueur en 1960. Photo de Fred Blackwell. Image en provenance de la Bibliothèque du Congrès.

La plupart des actions réussies ont une logique de ce genre inhérente, limpide. Elles parlent d'elles-mêmes. Si votre action est parfaitement claire, alors, quelles que soient la réaction de votre cible ou la façon dont les choses se jouent, l'action continuera à servir votre cause et à faire sens aux yeux de vos observateurs.

L'ILLUSTRATION LA PLUS CÉLÈBRE : Les sit-in dans les cafétérias durant le Mouvement pour les droits civiques avaient une logique d'action remarquable. Quand les lois sur la ségrégation sont entrées en vigueur, des étudiants noirs et blancs ont enfreint la loi en allant s'asseoir dans les cafétérias dans l'attente d'être servis. N'importe quel observateur découvrant l'action comprenait immédiatement pourquoi ils se trouvaient là. Ils n'avaient pas besoin de pancartes. En fait, leur action présageait la victoire et préfigurait le monde dans lequel ils voulaient vivre : ils vivaient déjà l'intégration qu'ils souhaitaient.



THEORIE

Les mèmes

Par Patrick Reinsborough et Doyle Canning

Les mèmes (dont la prononciation anglaise a une connotation onirique) sont des unités d'information culturelle qui se reproduisent toutes seules et se répandent, tel un virus, d'un esprit, d'un réseau, d'une génération à l'autre.

ORIGINE

Le terme a été inventé par le biologiste évolutionniste Richard Dawkins dans son livre de 1976 *Le Gène égoïste*. Kalle Lasn, du magazine *Adbusters*, a été le premier à l'associer aux stratégies de changement social.

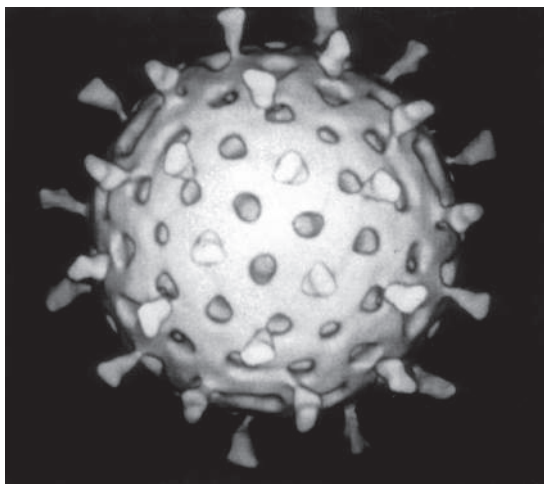
Comment se diffusent les idées? Comment se produit un changement social? Comment un symbole devient-il le point de ralliement partagé par tout un mouvement? À travers les mèmes! Pour qui cherche à faire bouger l'opinion publique ou les pratiques culturelles, comprendre comment introduire et diffuser des mèmes est une compétence indispensable.

Un mème ressemble à un élément d'ADN culturel qui évolue lorsqu'il passe d'une personne à une autre. Le terme est dérivé du grec ancien *mimema*, qui signifie « chose imitée ». Richard Dawkins a inventé ce terme en jouant sur le mot « gène » pour expliquer la façon dont les pratiques culturelles se diffusent. Toute unité de culture qui s'est diffusée par-delà son créateur est un mème – un mot qui fait le buzz, une mélodie entraînante, un courant de mode, une idée, un rituel, une image mythique, et ainsi de suite.

Les détenteurs de pouvoir sans scrupule ont fait preuve d'un immense talent pour concevoir des mèmes servant à propager leurs histoires dans la culture : des commissions prononçant des condamnations à mort, des armes de destruction massive, la guerre contre le terrorisme, les patrons de syndicat et leurs déductions fiscales sont autant

de mêmes devenus partie intégrante du discours public. Un mème est semblable à une structure en ce qu'il permet à une histoire de se diffuser, et il transmet une vision particulière du monde au passage.

Bien que le terme soit relativement nouveau, les mêmes ont toujours été utilisés par les mouvements sociaux pour diffuser des histoires de libération et de changement, du « Pas d'impôt sans représentation » au « Black is beautiful », en passant par le « revenu de subsistance ». L'incroyable déploiement du mème d'Occupy Wall Street, « Nous sommes les 99 % », a non seulement montré comment un bon mème pouvait diffuser un message de changement social, mais aussi comment un mème partagé pouvait servir d'outil organisationnel.



Reconstruction assistée par ordinateur d'une particule de rotavirus.

Les mêmes efficaces sont faciles à mémoriser, faciles à diffuser et « prégnants ». Autrement dit, ils traînent dans notre conscience, se connectent à notre pensée déjà formée et se transmettent aisément à travers nos communications et nos

actions. Un mème qui incarne un message se diffusant rapidement peut considérablement impacter une action ou une campagne.

AVERTISSEMENT TRÈS IMPORTANT : Un mème convaincant ne sera pas suffisant pour gagner une campagne ou initier un changement systémique. Cependant, un bon mème peut accroître de façon exponentielle l'efficacité d'une organisation qui carbure aux individus et son influence, en aidant un message, une idée ou un cri de ralliement à prendre une tournure virale.



THEORIE

Le modèle de propagande

Par Simon Enoch

« Le moindre dictateur serait béat d'admiration devant l'uniformité et la docilité des médias américains. »

Noam Chomsky

Le modèle de propagande cherche à expliquer le comportement des médias d'information qui opèrent au sein de l'économie capitaliste. Il suggère que les canaux médiatiques ne cesseront jamais de produire des contenus d'information s'alignant sur les intérêts des élites politiques et économiques.

ORIGINE

Edward S. Herman et Noam Chomsky.

Le modèle de propagande cherche à expliquer le comportement des médias en analysant les pressions institutionnelles qui contraignent et influencent le contenu des informations au sein d'un système motivé par le profit. Pour se démarquer des théories progressistes qui font valoir que le journalisme est l'adversaire du pouvoir établi, le modèle de propagande prédit que les médias d'information aux mains des entreprises ne cesseront jamais de produire des contenus d'information servant les intérêts du pouvoir établi.

Selon le modèle de propagande, introduit pour la première fois en 1988 par Edward S. Herman et Noam Chomsky dans *La Fabrication du consentement : de la propagande médiatique en démocratie*, la « matière brute des informations » passe à travers cinq filtres qui façonnent les informations que reçoit le public en bout de chaîne. Ces filtres déterminent quels événements sont considérés comme dignes d'être mentionnés, comment ils sont traités, leur placement dans les médias et la couverture dont ils bénéficient.

Le modèle de propagande 183

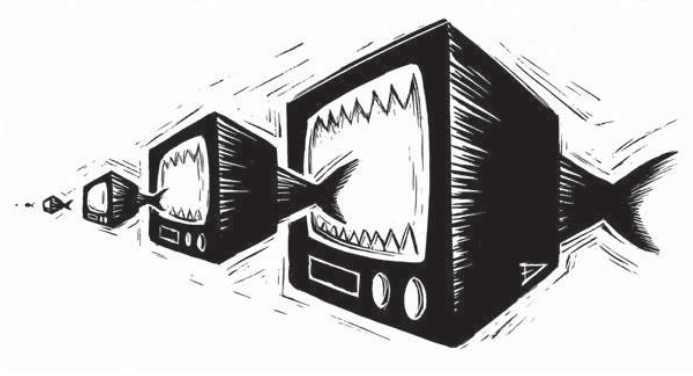
Ces cinq filtres sont les suivants :

La propriété concentrée, soit la richesse du propriétaire et les entreprises médiatiques dominantes tournées vers le profit. Les entreprises médiatiques partagent des intérêts communs avec d'autres secteurs de l'économie, et le maintien d'une situation économique et politique propice à leur profitabilité constitue un véritable enjeu à leurs yeux. Ils sont donc peu susceptibles d'être critiques envers des doctrines politiques ou économiques dont ils tirent directement profit.

La publicité comme principale source de revenus. Pour continuer de dégager des bénéfices, les revenus de la plupart des médias proviennent pour l'essentiel de l'argent de la publicité. Il est donc contraire à l'intérêt des médias d'information de produire du contenu qui pourrait nuire à leurs annonceurs.

La confiance accordée aux informations fournies par des « experts » et des sources officielles. Les élites ont les ressources nécessaires pour « faciliter » au quotidien le processus de collecte des informations en fournissant des séances photo, des conférences de presse, des communiqués de presse, des rapports de *think tanks* et des informations prêtes à consommer qui tirent parti du besoin qu'ont les médias d'information d'un flot continu de contenus à bas prix. Les dirigeants du monde des affaires, les politiciens et les représentants du gouvernement y sont typiquement considérés comme des sources d'information crédibles et neutres, jetant par là aux oubliettes la nécessité de vérifier les faits et de procéder à des recherches de fond onéreuses. On a clairement mis en évidence ce filtre au cours de l'ascension vers la guerre en Irak, en 2003, quand les médias d'information américains ont pris pour argent

comptant des déclarations officielles sans se donner la peine d'enquêter sur leur véracité ou leur précision.



Les médias dominants servent souvent d'outil à la fabrication du consentement, opérant sur des bases qui ne sont pas remises en cause et qui servent les intérêts étroits des élites politiques et économiques.

La riposte comme moyen de discipliner les médias. La riposte, ce sont les commentaires négatifs portant sur une information qui peuvent servir à policer et à discipliner les journalistes ou les sociétés d'information qui s'éloignent un peu trop du consensus. La riposte peut prendre la forme de plaintes, de poursuites judiciaires, de pétitions ou de sanctions gouvernementales.

Un ennemi ou une menace extérieure. Se revendiquant comme de l'« anticommunisme » durant la période de la guerre froide, quand *La Fabrication du consentement* a été publiée pour la première fois, le filtre opère toujours, particulièrement dans le climat politique post-11 septembre. Ce filtre mobilise la population contre un ennemi commun (le terrorisme, l'insécurité énergétique, l'Iran...), tandis qu'on diabolise les opposants à la politique de l'État sous

prétexte qu'ils ne seraient pas suffisamment patriotiques ou seraient de faction avec l'ennemi.

Le modèle de propagande suggère que les entreprises médiatiques servent finalement à « fabriquer le consentement » pour un éventail très étroit d'options de politique élitistes servant leurs propres intérêts. Ça nous permet de comprendre les pressions institutionnelles qui, au final, biaisent le traitement des causes et des actions des militants. En prenant en compte les limites de l'« objectivité » et les contradictions au sein du journalisme financé par les entreprises, on peut développer des tactiques médiatiques qui tirent avantage de ces contradictions tout en évitant les filtres de la presse d'entreprise, et qui attirent directement le public à travers des formes de médias alternatifs. Comme le suggère Herman, « on aimerait penser que le modèle de propagande peut aider les militants à comprendre comment déployer au mieux leurs efforts afin d'influencer le traitement des problèmes par les médias dominants¹ ».

1. Edward S. Herman, « The Propaganda Model Revisited », *Monthly Review*, juillet 1996.



THEORIE

Le paradoxe de l'identité politique

Par Jonathan Matthew Smucker

L'identité de groupe permet aux militants en lutte de profiter d'une communauté soudée, mais elle a également tendance à cultiver une sous-culture qui peut se révéler ostracisante pour le citoyen lambda. Maintenir l'équilibre entre ces deux tendances est crucial si l'on veut maintenir l'efficacité du travail d'un groupe, d'une organisation ou d'un mouvement.

ORIGINE

Cette théorie a été formulée par Jonathan Matthew Smucker, influencée par Robert Putnam pour ce qui est du lien et de la passerelle, Antonio Gramsci pour ce qui relève de la stratégie hégémonique et Frederick D. Miller pour ce qui concerne l'enfermement.

Tout mouvement social digne de ce nom a besoin d'une identité de groupe tout aussi digne qui va encourager un noyau dur de membres à s'investir à un très haut niveau d'engagement, de sacrifice et d'héroïsme du début à la fin d'une longue lutte. Cette forte identité de groupe est cependant une épée à double tranchant. Plus l'identité et la cohésion de groupe sont fortes, plus les individus sont susceptibles de se sentir ostracisés des autres groupes, et de la société. C'est le paradoxe de l'identité politique.

Ce paradoxe laisse à penser que, si les groupes politiques ont besoin d'une identité interne forte pour maintenir l'engagement nécessaire à une lutte politique efficace, cette même cohésion tend à isoler le groupe. Les groupes isolés subissent une très forte pression pour atteindre les objectifs politiques qui ont été fixés.

C'est vrai de tous les groupes, mais ça peut avoir des conséquences particulières pour un groupe impliqué dans

Le paradoxe de l'identité politique 187

la lutte politique, qui ne doit pas seulement nourrir une identité interne forte, mais aussi se trouver des alliés.

La tendance à l'isolement peut croître très rapidement dans les groupes politiques, car «lutter contre» peut induire une *psychologie* «contre». Les militants qui se heurtent au type de résistance que le Mouvement pour les droits civiques a enduré, par exemple, en bavent. D'un côté, les participants ont plus que jamais besoin de se tourner les uns vers les autres pour se transmettre force et soutien. Ils ressentent une cohésion avec l'identité de groupe qui va les motiver dans ces moments où le conflit monte en puissance. D'un autre côté, ils ont besoin de rester ouverts, connectés à une base élargie et croissante. C'est difficile à réaliser, même quand les meneurs sont pleinement dédiés à la tâche, sans parler des cas de figure où ils sont pris au dépourvu, ce qui se produit souvent.



Quand la faction Weatherman du SDS a revêtu des casques de protection, fracassé les vitres et opté pour l'affrontement avec la police au cours des manifestations «Days of Rage», organisées à la suite des émeutes autour de la convention démocrate à Chicago en 1969, elle s'est privée de nombreux soutiens potentiels.

Prenez, par exemple, le Students for a Democratic Society (le SDS d'origine, qui a implosé de manière spectaculaire en 1969). Le paradoxe de l'identité politique était au cœur de l'implosion inattendue de ce mouvement étudiant de masse – derrière l'argument rationnel selon lequel les meneurs se tiraient dans les pattes. Les principaux meneurs se sont retrouvés cantonnés à leur identité d'opposants et sont devenus de plus en plus inaccessibles. Ils ont perdu la capacité et l'inclination à se reconnaître dans leur base – soit un nombre considérable d'étudiants au moment de l'implosion –, sans parler de la société dans son ensemble. Certains des aspirants meneurs les plus engagés de cette génération en étaient arrivés à trouver davantage leur compte à se terrer avec quelques camarades pour fabriquer des bombes qu'à organiser les masses d'étudiants en vue d'actions coordonnées.

C'est la tendance à l'isolement prise à l'extrême. Les extrémistes dévoués se coupent du monde, comme des guérilleros solitaires en territoire ennemi. Ça aurait pu être splendide, mais, là, c'était une mission suicidaire.

Le paradoxe de l'identité politique fait écho à la nécessité pour les groupes politiques de développer à la fois des liens forts et des passerelles solides. Sans liens forts au sein du groupe, ses membres n'auront pas le niveau d'engagement nécessaire pour les luttes de plus grande importance. Mais, à défaut de passerelles solides au-delà du groupe, celui-ci se révélera trop insulaire et trop isolé pour pouvoir forger de précieuses alliances.

De bons meneurs doivent opérer un équilibrage très subtil entre les impératifs conflictuels de la construction d'un sentiment d'identité fort au sein de leur groupe, et établir des contacts avec leurs alliés réels et potentiels par-delà le groupe.



THEORIE

Les piliers de soutien

Par Eric Stoner

Le pouvoir ne résulte pas simplement de la capacité d'un dirigeant à employer la force, mais du consentement et de la coopération de ceux qu'il dirige, qu'on peut soustraire volontairement ou involontairement en identifiant, en visant et en sapant les « piliers de soutien » du dirigeant – c'est-à-dire les institutions et les organisations qui entretiennent ce pouvoir.

ORIGINE

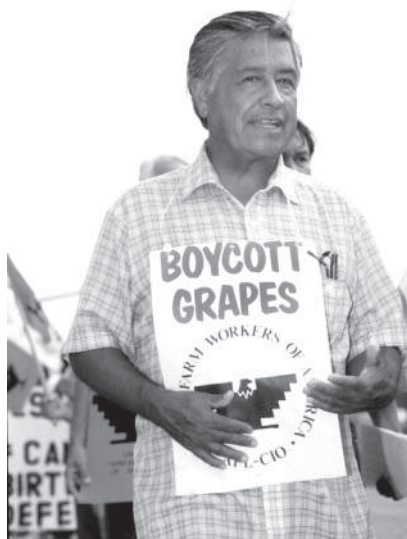
Gandhi, Gene Sharp et Robert Helvey.

La sagesse populaire dit que le pouvoir est entre les mains de ceux qui sont au sommet et que, le moment venu, « le pouvoir finit par sortir du canon d'un fusil », comme l'avait dit Mao. Si c'est le cas, alors le seul moyen de battre un adversaire violent est de recourir à une violence plus grande encore.

À la racine de toute action non violente, cependant, il y a une interprétation différente de la nature du pouvoir – une qui inverse totalement cette sagesse populaire. Cette interprétation postule que le pouvoir dépend finalement de la coopération et de l'obéissance d'un très grand nombre de gens qui agissent à travers les institutions constituant l'État. Ce sont ses piliers de soutien.

Certains de ces piliers, tels que l'armée, la police et les tribunaux, sont coercitifs par nature, contraignant à l'obéissance à travers la force ou la menace de son usage, tandis que d'autres piliers, comme les médias, le système éducatif et les institutions religieuses, soutiennent le système à travers leur influence sur la culture et l'opinion publique. Partant de là, le pouvoir du plus charismatique ou du plus impitoyable des leaders est contingent du soutien des institutions clés, lesquelles sont elles-mêmes vulnérables à l'action populaire ou au retrait du consentement de la population générale.

Une fois que le peuple décide de ne plus accepter le *statu quo* et de commencer à résister, l'équilibre du pouvoir vacille. Par exemple, quand des millions d'Américains ont participé avec succès au boycott national des raisins conduit par César Chávez, qui a duré cinq ans et qui visait à améliorer les salaires et les conditions de travail des salariés exploités dans les fermes; quand des dizaines de milliers de militants sont parvenus à stopper le sommet de l'Organisation mondiale du commerce à Seattle en 1999 en bloquant les rues et les entrées du palais des congrès; quand des milliers de soldats américains ont refusé de se déployer ou redéployer dans les guerres en Irak et en Afghanistan, le pouvoir des puissants est contraint, et peut se désintégrer totalement dans certaines situations extrêmes.



César Chávez dirige une manifestation de supermarché pour le boycott des raisins. Le retrait massif du consentement par des tactiques comme ce boycott de l'United Farm Workers peut être extrêmement efficace pour mettre la pression sur ceux qui détiennent le pouvoir.

Pour les militants, la leçon fondamentale à retenir du concept des piliers de soutien est d'identifier ceux qui soutiennent la cible dirigeante, ceux que l'on peut conquérir, et de déterminer la façon de le faire *voir Principe : Faites bouger l'éventail des alliés*, puis de se mettre au travail pour conquérir, ou au moins neutraliser, ces piliers de soutien, de sorte que le socle sur lequel la cible s'appuie commence à se briser.

Le pouvoir repose en dernier recours, non sur la poigne des présidents, des généraux et des milliardaires, mais entre les mains de millions de gens ordinaires qui font tranquillement tourner la société au quotidien, et qui peuvent tout arrêter s'ils le souhaitent. C'est le sens du slogan « Le pouvoir au peuple ». L'une des principales raisons pour lesquelles tant d'injustices se perpétuent n'est pas simplement que les puissants peuvent faire ce qu'ils veulent en toute impunité, mais que la plupart des gens ignorent le pouvoir qu'ils détiennent s'ils se décident à retirer leur consentement *voir Tactique : La grève générale*.

Cette interprétation du pouvoir n'a cessé d'être justifiée au cours des dernières décennies, quand de nombreux dictateurs et des régimes extrêmement répressifs ont été renversés par des gens désarmés avec un minimum de violence et beaucoup de courage et de créativité. On ne peut pas expliquer la réussite de ces luttes non violentes si l'on envisage la violence comme le seul, ou même le principal, mécanisme de pouvoir.



THEORIE

Le spectacle éthique

Par **Stephen Duncombe**

« *L'ennui est toujours contre-révolutionnaire. Toujours.* »

Guy Debord

Pour être efficaces en politique, les militants doivent s'engager dans le spectacle. Pour peu qu'on respecte certains principes, nos spectacles peuvent très bien être éthiques, émancipatoires et fidèles à la réalité.

ORIGINE

Andrew Boyd et Stephen Duncombe.

Le concept de spectacle éthique offre une façon de penser aux usages tactiques et stratégiques des signes, des symboles, des mythes et de l'imagination pour promouvoir des objectifs progressistes, démocratiques. Introduites pour la première fois en 2004 dans un article d'Andrew Boyd et Stephen Duncombe, puis développées en 2007 dans le livre de Duncombe *Dream*, les prémices de cette théorie sont : (1) la politique est tout autant affaire de désir et de fantasme que de raison et de rationalité ; (2) nous vivons dans une époque ultra-médiatisée (ce que le situationniste Guy Debord appelait la « société du spectacle ») ; (3) pour être efficaces politiquement, les militants doivent s'investir dans le domaine du spectacle ; et (4) les interventions spectaculaires ont le potentiel nécessaire pour être à la fois éthiques et émancipatrices.

Un spectacle éthique est une action symbolique qui cherche à orienter la culture politique vers des valeurs plus progressistes. Un spectacle éthique devrait s'efforcer d'être :

Participatif : il cherche à donner autant de pouvoir aux spectateurs qu'aux participants, les coordinateurs jouant le rôle de facilitateurs.

Le spectacle éthique 193

Ouvert : il réagit et s'adapte aux contextes évolutifs et aux idées des participants.

Transparent : il éveille l'imagination des spectateurs sans chercher à les flouer ni à les tromper.

Réaliste : il utilise le rêve pour mettre en lumière et dramatiser la dynamique du pouvoir du monde réel et les relations sociales qui, autrement, ont tendance à rester cachées en plein jour.

Utopique : il célèbre l'impossible – et contribue de ce fait à rendre possible l'impossible.



Le mashup de deux images célèbres restitue les tensions et les contradictions du spectacle éthique.

Les progressistes ont tendance à se méfier de tout ce qui ressemble de près ou de loin à de la propagande ou à du marketing – ça, c'est ce que font les autres. On a tendance à croire qu'il suffit de proclamer la vérité toute nue : « Vous saurez la vérité, et la vérité vous rendra libres. » Mais attendre que la vérité nous libère, c'est de la paresse politique. La vérité ne se révèle pas elle-même en vertu du fait qu'elle est la vérité : il faut qu'elle soit dite, et bien dite. Il faut écrire des histoires à son sujet, réaliser des œuvres d'art à son propos ; il faut communiquer avec de nouvelles formes accrocheuses pouvant se transmettre d'une personne à l'autre, même si pour cela des envolées d'imagination et de nouvelles mythologies sont nécessaires. Il n'est pas question ici d'un mouvement progressiste qui trompe ou brade son message, mais plutôt d'une propagande de la vérité. C'est ça, l'enjeu du spectacle éthique.



THEORIE

La Zone autonome temporaire

Par John Jordan

« Nous qui vivons dans le présent, sommes-nous condamnés à ne jamais connaître l'autonomie, à ne jamais vivre un seul instant sur un bout de terre où ne régnerait que la liberté ? »

Hakim Bey

Alternative aux modèles traditionnels de révolution, la ZAT est un soulèvement qui crée des enclaves d'autonomie libres et éphémères dans l'ici et maintenant.

ORIGINE

Hakim Bey (alias Peter Lamborn Wilson).

Inventé en 1990 par le poète anarcho-immédiatiste et spécialiste du soufisme Hakim Bey, le terme Zone autonome temporaire (ZAT) cherche à préserver la créativité, l'énergie et l'enthousiasme des soulèvements autonomes sans reproduire l'inévitable trahison et la violence que la plupart des révolutions ont suscitées à travers l'histoire. Selon Bey, la réponse consiste à refuser d'attendre un instant révolutionnaire, et à créer à la place des espaces de liberté dans le présent immédiat, tout en évitant la confrontation directe avec l'État.

Une ZAT est une zone de « terre, [de] temps ou [d']imagination » libérée où l'on a la possibilité d'être *pour*, et pas simplement *contre*, quelque chose, et où l'on peut tester et explorer tous ensemble de nouvelles formes d'humanité. Localisée dans les fissures et les failles du réseau mondial de contrôle et d'aliénation, une ZAT est une éruption de culture libre où l'on fait l'expérience de la vie à son intensité maximale. Elle doit donner l'impression d'une fête exceptionnelle où, durant un court instant, nos désirs

prennent forme et où nous devenons tous les inventeurs de la vie quotidienne.

Selon Bey, la solution est de rester mobile, en exploitant notre furtivité et notre capacité à nous fondre dans l'obscurité en un instant. Avant que la ZAT soit repérée et reconnue par l'État, qui cherchera inévitablement à l'écraser, elle se dissout et progresse, pour réapparaître dans des lieux inattendus afin de célébrer de nouveau les merveilles de la convivialité et de la vie en dehors du strict cadre de la loi. Sa durée peut être de quelques heures, quelques jours, voire plusieurs années, selon le temps que mettent les autorités à la remarquer.

Bey prétend que les ZAT ont toujours existé. Il identifie leurs ancêtres dans les nombreuses zones libérées qui ponctuent l'histoire, de l'« État » secret des assassins perses du Moyen Âge aux utopies pirates du XVIII^e siècle – des îles où des boucaniers, des esclaves en fuite et des prisonniers vivaient en dehors du cadre de la loi, partageant les biens et la propriété –, des communes radicales de Paris et de Munich aux colonisateurs d'Amérique du Nord mécontents qui désertèrent leur enclave pour rejoindre les communautés d'Américains natifs, en laissant derrière eux le mystérieux signe « Croatoan ».

Bey soutient cependant que la ZAT ne saurait être définie; elle est simplement une « suggestion [...], une fantaisie poétique », et non un « dogme politique »; en outre, « si l'expression devenait commune, elle serait comprise sans difficulté [...], comprise à travers l'action ». Vingt ans plus tard, la notion de ZAT a inspiré des mouvements et des actions partout dans le monde, de l'aspect ludique et créatif des fêtes de « Reclaim the Streets » (Réapproprions-nous les rues) à l'autonomie des campements de protestation, du mouvement des hackers d'Anonymous au festival Burning Man, en passant par les rassemblements arc-en-ciel secrets.

Quand Bey a présenté ce concept pour la première fois, le Web était encore dans sa tendre enfance, et pourtant il

imaginait déjà un avenir où une multitude de zones autonomes pourraient être reliées par des réseaux de communication dispersés, libres de tout contrôle politique. Le Web ne serait pas une fin en soi, écrivait-il, mais une arme sans laquelle les zones autonomes périraient. À l'époque, il rejetait sa propre théorie comme de la pure science-fiction spéculative, mais l'avenir finit toujours par arriver, plus vite qu'on ne croit.

ILLUSTRATION LA PLUS CÉLÈBRE : Si on en parlait ici, les autorités en prendraient vite connaissance et elle devrait alors se dissoudre. Restez à l'affût ; la ZAT la plus proche est bien plus proche que vous ne pourriez le penser.

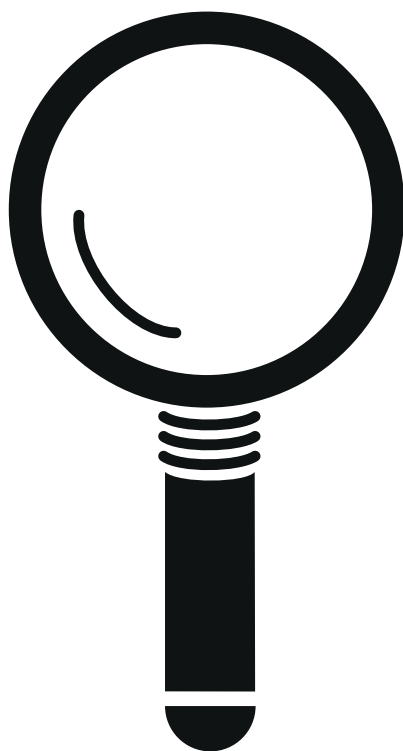


Burning Man : la quintessence de la Zone autonome temporaire. Photo de Dave Oswald Mitchell.

ILLUSTRATION IMPORTANTE MAIS MÉCONNUE : L'État libre de Fiume (ville désormais baptisée Rijeka, en Croatie), en 1920-1924, dont la constitution a été rédigée par des poètes et des anarchistes.

ETUDES DE CAS

X X X X X X X X





ETUDE DE CAS

Les pique-niques en supermarché

Par Simon Cottin-Marx

« Pressons les riches et nous n'aurons plus de pépins. »

Che Citron

OÙ ?

Dans les très grands supermarchés parisiens.

QUAND ?

Chaque « faim » de mois, entre 2009 et 2010.

Les fins de mois sont difficiles, c'est la crise... mais pas pour tout le monde. Les entreprises de la grande distribution ont consolidé leurs marges et font des milliards de bénéfices. Cet exploit, elles y sont parvenues en augmentant les prix des produits de première nécessité, en sous-payant les producteurs et leurs salariés. L'Appel et la Pioche, un collectif de chômeurs et de précaires, a organisé pendant plus d'un an des pique-niques dans des supermarchés pour *redistribuer la grande distribution*.

Chaque dernier samedi du mois, autour de midi, les militants se retrouvent dans une grande surface, commencent par faire leurs courses, récupèrent tout ce dont ils ont besoin pour organiser un moment sympathique et festif. Dans les caddies sont empilés du camembert, du pain, des chips, des jus de fruit, des gobelets, des sucreries pour le dessert, etc. Ils prennent aussi des planches à repasser pour faire des tables, et des nappes en papier (le plus souvent à carreaux rouges et blancs) pour les décorer. Une personne se charge de récupérer un lecteur CD (et des piles) pour écouter la chanson de l'action : « Les Cornichons », de Nino Ferrer. La musique adoucit les mœurs, elle crée une ambiance bon enfant.

À l'heure prévue, les activistes se rassemblent au niveau du rayon le plus agréable et le plus central : celui des fruits et légumes. Rapidement, ils installent leurs tables, envoient la musique et lancent le pique-nique. Les clients intrigués sont conviés à la fête et rassurés sur la légalité de l'action, car, selon l'article 1587 du Code civil français, « à l'égard du vin, de l'huile et des autres choses que l'on est dans l'usage de goûter avant d'en faire l'achat, il n'y a point de vente tant que l'acheteur ne les a pas goûtées et agréées ». L'action n'est donc pas illégale, et les activistes prennent le temps de le montrer et de le démontrer.

Tout en distribuant des tracts et de la nourriture aux clients, le poing levé et une carotte dans la main, les activistes lancent des slogans humoristiques : « Ils nous carottent, carottons-les ! », ou encore : « La grande distribution grignote notre pouvoir d'achat, grignotons ses marges excessives ! »

Les médias ont été conviés et sont cruciaux pour l'action : leur présence protège les activistes d'éventuelles violences de la part des vigiles, mais elle leur permet aussi de s'adresser à l'opinion publique. Une action réussie est une action qui passe au journal de 20 heures, touchant ainsi plusieurs millions de personnes : c'est beaucoup plus efficace qu'un tract. Les médias sont une arme (pacifique), et ce d'autant plus que les entreprises tiennent à leur image – la mauvaise pub qu'entraîne cette action risquerait de faire fuir le client. C'est la société du spectacle ! Lors de la première action, le premier réflexe de la direction du magasin a été de demander aux vigiles de tendre des bâches autour des militants pour éviter que des images puissent être filmées. Si les médias n'ont pas eu d'images ce jour-là, les militants ont néanmoins été applaudis par les centaines de clients présents, et plusieurs dizaines d'entre eux ont quitté les caisses en laissant leur caddie.

L'action prend finalement peu de temps (une heure environ), elle est souvent très joyeuse, et permet de dénoncer

les arnaques de la grande distribution auprès de millions de personnes.

POURQUOI ÇA A MARCHÉ :

Plusieurs éléments font que ça marche. Le lieu, tout d'abord : en allant au cœur de la société de consommation, là où le citoyen devenu client se fait arnaquer, les activistes donnent du sens à l'action, à leur message. En s'attaquant directement au magasin, on évite les dégâts collatéraux : contrairement à ce qui se passe dans une grève ou un blocage, on n'empêche pas les clients de faire leurs courses ; grâce à l'humour et à la fête, on leur donne en plus envie de participer. L'action devient vite collective et associe des personnes lambda.

Le côté inattendu de l'action, qui rompt avec les méthodes classiques, crée aussi une surprise chez les agents de sécurité. Ils ne savent pas comment réagir et n'ont pas de bonne solution : violenter les clients devant les caméras ? Laisser faire les militants qui distribuent gratuitement les denrées du magasin ? Presque toujours, les militants parviennent à les convaincre de laisser faire, et la dimension collective de l'action finit de les persuader qu'ils n'ont pas les moyens d'intervenir.

LA TACTIQUE FONDAMENTALE EMPLOYÉE :

L'action directe

L'action se déroule au sein du système, là où se produit l'écœurement des citoyens face à l'augmentation des prix. Cette action coup de poing, qui dure entre une quinzaine de minutes et une heure, présente l'avantage de braquer les projecteurs sur l'augmentation des prix. Mais, surtout, elle permet aux clients, durant l'action, de sortir de leur position passive. Pendant un temps, les militants et les clients ne sont plus ceux qui subissent le système, mais ceux qui en profitent.

TACTIQUES EN RAPPORT

La flash mob

La non-violence stratégique

L'occupation

PRINCIPE FONDAMENTAL À L'ŒUVRE :

Mâchez le travail des médias

Il ne s'agit pas de se filmer soi-même, mais de faire en sorte que les médias grand public relaient l'action et le message. Pour s'assurer de leur présence, l'événement doit être attractif et correspondre au format des médias : un sujet clair, un méchant (la grande surface), une victime (le client), une solution expliquée en une dizaine de secondes (par le militant), et des images qui illustrent ce discours (le pique-nique). Il faut aussi, en amont de l'action, envoyer un communiqué de presse en ratissant large, et ne pas hésiter à faire des relances téléphoniques pour s'assurer de la présence et de l'intérêt des journalistes (surtout ceux de la télévision). En aval de l'action, une fois sortis du magasin, les militants doivent prendre le temps de donner quelques interviews pour expliquer calmement le sens de l'action et donner du sens aux images du pique-nique que les journalistes n'auront pas manqué de filmer.

PRINCIPES EN RAPPORT :

Jouez la pièce pour le public qui n'est pas là

Ne dites pas : montrez !

Ne perdez pas votre message de vue

Pensez narrativement

THÉORIES LIÉES :

Les lieux d'intervention

La logique d'action

CEUX QUI PRATIQUENT :

Bizi

Jeudi noir
Génération précaire

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Leila Chaibi, Simon Cottin-Marx et Évelyne Perrin, *Désobéir à la précarité*, Le Passager clandestin, 2011.
- <http://www.dailymotion.com/lappeletlapioche>

ILLUSTRATION



ETUDE DE CAS

La pyramide de chaussures (en guise de protestation contre les mines terrestres)

Par Andrew Boyd

OÙ?

À Paris.

QUAND?

De 1995 à aujourd'hui.

À l'issue de la période de la guerre froide, dans d'anciennes zones de conflit, du Cambodge au Mozambique, des gens ordinaires étaient chaque jour tués ou mutilés par des mines antipersonnel. En explosant, elles emportaient les jambes, les pieds, les orteils et les mains de leurs victimes. Elles envoyaient des éclats d'obus dans les visages et dans les corps. Parce que les mines antipersonnel ne sont pas sélectives et qu'elles restent dans le sol, ou sur le sol, longtemps après la fin des guerres, la grande majorité (entre 70 et 85 %) des victimes sont des civils, et non des soldats – et, bien trop souvent, ce sont des enfants qui étaient simplement en train de jouer dans les champs près de leur village.

En 1992, la Campagne internationale pour interdire les mines a été lancée pour résoudre ce problème mondial. Son objectif : un monde sans mines antipersonnel. En lien avec des associations s'occupant des enfants, des femmes, des vétérans, de l'environnement, des droits de l'homme et du contrôle des armes, et comptant des têtes d'affiche comme la princesse Diana au nombre de ses soutiens, la campagne

La pyramide de chaussures... 205

s'est déployée à travers le monde jusqu'à devenir un réseau solide couvrant plus de 100 pays.

Parce que la violence des mines terrestres se perpétuait partout dans le monde, dans d'anciennes zones de conflit qui ne faisaient plus la une des journaux, il fallait absolument trouver un moyen de rendre ce problème visible aux yeux du public des capitales occidentales, où l'opinion publique naissante était en mesure d'exercer une pression sur des gouvernements essentiels. Une tactique, à mi-chemin entre la veillée artistique et le coup médiatique, et employée principalement à l'occasion de rassemblements massifs à Paris durant les années 1990, a été de construire d'énormes pyramides de chaussures dont la symbolique était très forte. En une occasion au moins, la pyramide a comporté 18 000 chaussures, représentant les plus de 18 000 personnes tuées ou blessées chaque année par les mines terrestres.

Étant entendu que les mines terrestres emportaient les pieds et les jambes des civils innocents en explosant partout dans le monde, chaque personne qui prenait part à la manifestation devait apporter une vieille paire de baskets (*voir Principe : Des règles simples peuvent produire de grands résultats*). Lorsqu'un participant passait devant un endroit central, il s'arrêtait un instant avec solennité, puis ajoutait sa paire de chaussures à la pile. Au cours de la manifestation, la pile grandissait et finissait par se transformer en mini-monument des horreurs des mines terrestres, lequel symbolisait l'envergure de la souffrance et le coût humain de la non-interdiction de cette arme maléfique. Mieux que n'importe quel discours ou n'importe quelle banderole, la sculpture et les instants de recueillement qu'on observait devant elle ramenaient le problème sur place, non seulement en y apportant de la gravité, mais aussi en offrant l'occasion de prendre des photos saisissantes qui ont fait la une des journaux dans le monde entier (*voir Principe : Mâchez le travail des médias*).

Finalement, la Convention sur l'interdiction des mines antipersonnel (interdisant l'usage, la production, le stockage et le transfert de mines antipersonnel) a été adoptée à Oslo, en Norvège, en septembre 1997, puis signée par 122 états à Ottawa, au Canada, le 7 décembre 1997. En janvier 2013, elle comptait 161 États parties. Depuis 1997, le nombre de personnes tuées ou blessées par des mines terrestres a chuté brutalement. En 1997, l'organisation et sa coordinatrice et fondatrice, Jody Williams, se sont vu décerner le prix Nobel de la paix.

POURQUOI ÇA A MARCHÉ :

Si la pyramide de chaussures a fonctionné, c'est parce qu'elle était visuellement saisissante, très riche en émotions, et qu'il était facile à la fois d'y participer et de la comprendre. C'était un mélange peu courant de rituel et d'image : un geste répété – ajouter une paire de chaussures supplémentaire à une pile qui ne cessait de grandir – qui n'était pas seulement émouvant pour les participants, mais qui, répété des milliers de fois, participait de la construction d'une gigantesque sculpture qui illustrait le cœur de l'histoire. Toutes les personnes présentes à la manifestation pouvaient y participer très facilement, simplement en apportant une paire de chaussures et en l'ajoutant à la pile. Pourtant, ce qui s'est construit au cours de ce processus était une déclaration visuelle très forte qui permettait de résumer tout le problème en une seule photographie. D'un seul mouvement, l'action donnait du poids à l'engagement des personnes qui soutenaient la campagne et communiquait aux passants ce qui était en jeu, et pourquoi ils feraient bien de s'y intéresser.

THÉORIE FONDAMENTALE EMPLOYÉE :

La logique d'action

Les meilleures actions créatives – qu'il s'agisse d'une remise en question directe du pouvoir ou d'une expression plus

symbolique – ont généralement une logique intrinsèque qui parle plus ou moins d'elle-même. La pyramide de chaussures avait certainement cette qualité. Avec une simple légende – « Ces chaussures représentent tous les pieds, toutes les jambes et toutes les vies emportées par les mines terrestres à travers le monde » –, sa symbolique atteignait son but de façon immédiate et spectaculaire, au niveau des participants comme à celui des observateurs.

AUTRES THÉORIES À L'ŒUVRE :

Le spectacle éthique

TACTIQUE À L'ŒUVRE :

L'action de rue de masse

PRINCIPES FONDAMENTAUX À L'ŒUVRE :

Donnez de la visibilité à l'invisible

Parce que la violence des mines terrestres se perpétuait dans des endroits reculés du monde dont beaucoup avaient depuis longtemps quitté la une des journaux, elle était largement ignorée des médias occidentaux et du public. Il était important, de ce fait, de « donner de la visibilité à l'invisible ». La pyramide de chaussures était une représentation visuelle claire, concrète et à échelle humaine de la nécessité d'agir. Et, compte tenu de la façon dont fonctionnent les médias de nos jours, il était important qu'ils puissent en rendre compte avec de simples photos.

DES RÈGLES SIMPLES PEUVENT PRODUIRE DE GRANDS RÉSULTATS

Tout le monde a une vieille paire de chaussures ou de baskets pourries qui traîne à la maison. Ce n'était pas un gros sacrifice que de les apporter à la manifestation. Et tout le monde pouvait suivre une instruction aussi basique que celle de les ajouter à la pile. Pourtant, pour beaucoup, ça a été un moment grave, et la sculpture qui a résulté de l'accumulation de tous ces actes simples racontait une grande histoire, complexe, qui illustrait la dimension du problème.

PARTEZ EN RECONNAISSANCE SUR VOTRE PROPRE TERRAIN CULTUREL (ET TIREZ-EN PARTI)

Une fois achevée, la pile de chaussures rappelait les piles rangées de vêtements, de chaussures et autres effets personnels de ceux qui ont été tués dans les camps de concentration nazis, encore exposées aujourd'hui à Auschwitz. Même si beaucoup d'observateurs n'en avaient pas conscience sur l'instant, et même si les organisateurs n'ont pas explicitement attiré l'attention là-dessus, savoir qu'un holocauste allait inconsciemment en évoquer un autre faisait toute la sagesse et toute la force de cette action.

AUTRES PRINCIPES À L'ŒUVRE :

Mâchez le travail des médias

Ne dites pas : montrez !

CEUX QUI PRATIQUENT :

La Convention sur l'interdiction des mines antipersonnel

Handicap international

Jody Williams

POUR EN SAVOIR PLUS :

International Committee to Ban Landmines (site officiel)

<http://www.icbl.org>

Handicap International – qui effectue un travail ininterrompu pour interdire les mines terrestres et les bombes à sous-munitions

<http://handicap-international.ca/que-faisons-nous/mines-et-bombes>

Le livre de la fondatrice de l'ICBL, Jody Williams : *Banning Landmines. Disarmament, Citizen Diplomacy, and Human Security*

http://books.google.com/books?id=HQEfAAAAQBAJ&dq=landmines+shoes+paris&source=gbs_navlinks_s



Une pyramide de chaussures symbolisant l'impact des mines terrestres. Paris, 1997



ETUDE DE CAS

L'action transnationale contre Bolloré, l'accapareur de terres

Par *Éloïse Maulet et Adrien Roux*

OÙ ?

À Douala (Cameroun), à Grand-Béréby (Côte d'Ivoire) et à Paris (France).

QUAND ?

Le 5 juin 2013.

Le groupe Bolloré, très présent en Afrique, détient des actifs dans plusieurs plantations de palmiers à huile et d'hévéas dans le monde, et, de ce fait, les contrôle. Ces exploitations agricoles provoquent souvent d'importants conflits avec les habitants qui utilisent les différentes ressources associées à ces terres.

Dans plusieurs pays, les paysans et petits propriétaires de terres réquisitionnées se mobilisent pour protester contre les conditions d'implantation et d'exploitation de ces plantations. Pour se hisser au niveau de la multinationale, les riverains des plantations ont décidé de coordonner leurs luttes et de bloquer les différentes filiales de la firme le même jour.

Le 5 juin 2013, à Paris, des Camerounais, des Ivoiriens et d'autres ressortissants des pays concernés se sont rendus au siège de la multinationale, où se tenait l'assemblée générale des actionnaires. Une foule de messieurs en costard-cravate se pressait dans l'allée centrale. Les Africains, armés de pelles, de bêches et de râteaux, ont alors commencé à biner la pelouse. « On n'a plus de terres disponibles dans notre pays, alors on vient planter le manioc dans votre pelouse ! »

L'action transnationale contre Bolloré, l'accapareur de terres 211

s'est exclamé David Ngangang, porte-parole de l'action, sous le regard médusé des actionnaires.

Vincent Bolloré en personne est finalement sorti de l'AG pour écouter les revendications. Ce fut l'occasion pour les représentants africains de lui remettre une lettre collective exprimant leurs demandes.

« Qu'est-ce que j'ai fait de mal ? » a-t-il demandé innocemment aux jardiniers protestataires, devant leurs appareils photo et caméras. « Pendant que nous sommes là, ils sont des centaines, au Cameroun, en Côte d'Ivoire, au Liberia et en Sierra Leone, à souffrir des accaparements de votre groupe et à manifester aujourd'hui pour demander justice », a déclaré David Ngangang.

À Douala, au Cameroun, de nombreux paysans et chefs traditionnels se sont rassemblés en tenue traditionnelle de deuil devant le siège de la Socapalm pour signifier la perte qu'ils subissent. L'action a fait grand bruit. « Cette première action internationale n'est que le début. Nous sommes déterminés à faire respecter nos droits, et M. Bolloré devra finir par l'entendre. [...] Nous demandons maintenant que soit organisée une négociation transnationale, avec des représentants des riverains de tous les pays concernés », a affirmé Emmanuel Elong, porte-parole du Synaparcam, le syndicat des paysans riverains de la Socapalm au Cameroun.

En Sierra Leone, plusieurs centaines de villageois ont occupé les terrains de la plantation SAC.

En Côte d'Ivoire, une marche pacifique de riverains a été bloquée par les FRCI (Forces républicaines de Côte d'Ivoire) alors qu'ils se dirigeaient vers l'usine centrale et les bureaux de la SOGB afin de délivrer leur message à la direction.

Du Cameroun à la Sierra Leone, les revendications sont similaires. La première : rétrocéder les terres pour garantir un espace vital d'au moins 250 hectares de terres cultivables autour des villages riverains pour les paysans locaux. La seconde : compenser cette privation de terres

par des services sociaux, conformément aux conventions et aux baux concédés par les États africains. L'interdiction d'accès des riverains aux centres de santé de la Socapalm au Cameroun avait par exemple été un motif régulier de soulèvement.

À la suite de ces actions, le groupe Bolloré a accepté d'organiser une négociation transnationale avec les représentants des riverains des cinq pays impliqués dans la dynamique de coordination.

Cette coordination internationale, concrétisée par l'Alliance des riverains des plantations Bolloré-Socfin et par ses actions simultanées, est le résultat d'un travail de prise de contact et de terrain de longue haleine avec les leaders riverains, ainsi que d'un effort de mise en relation, via les coordinateurs internationaux du ReAct et grâce aux moyens de communication mis à leur disposition.

POURQUOI ÇA A MARCHÉ :

Cette action d'une seule journée est le résultat de deux ans de travail de la part des organisateurs du ReAct. Si elle a réussi, c'est parce que ce sont les personnes directement touchées par les pratiques nuisibles du groupe Bolloré qui ont agi contre la multinationale. Et ce sont donc elles qui ont participé ensuite aux négociations.

Pour que ces acteurs concernés soient impliqués en masse, un travail relationnel sur le terrain a permis d'établir un réseau de confiance entre personnes partageant un même intérêt. Chaque fois, la construction des organisations collectives de lutte s'est faite en essayant de s'adapter au contexte de chaque pays et à son évolution.

À Paris, la présence des militants et leur mise en scène sur le lieu de décision du groupe Bolloré ont été déterminantes pour entrer en confrontation directe avec les décideurs et les obliger à réagir.

CE QUI N'A PAS MARCHÉ :

L'action prévue au Liberia a été annulée au dernier moment. Des ONG locales sont en effet parvenues à dissuader les leaders des riverains en leur disant qu'elles allaient mener une action en justice qui leur permettrait de retrouver leurs terres sans courir de risques. Ces organisations sous-estiment les vertus de l'action directe, qui donne l'occasion aux personnes concernées d'agir elles-mêmes pour défendre leurs droits. Elles favorisent des procédures dans lesquelles leurs compétences (notamment juridiques) et leur expertise sont centrales. La difficulté à accorder entre elles les différentes formes d'action est constante dans le travail d'organisation transnationale du ReAct.

De plus, l'actualité politique en Sierra Leone a freiné l'action pour raisons de «sécurité», en référence à des répressions violentes qui avaient eu lieu lors de mobilisations similaires.

Pour ces deux pays, l'éloignement des organisateurs n'a pas permis une réactivité adaptée aux difficultés locales. L'intervention plus systématique et plus régulière d'organismes locaux, plus proches du terrain, est recherchée depuis lors.

LA TACTIQUE FONDAMENTALE EMPLOYÉE :

L'action décentralisée

Le monde se façonne sous la férule des multinationales. Les décisions prises à Paris, Francfort ou New York impactent le paysan camerounais ou l'ouvrier chinois. Avec des actions simultanées en Afrique et devant l'assemblée générale des actionnaires, les riverains impactés se sont hissés au niveau de la multinationale et ont ainsi pu être entendus.

La mise en place d'une plate-forme d'échange internationale entre les différentes structures collectives locales (photos, vidéos, e-mails, téléphone) a créé des liens de confiance forts entre les habitants en lutte et permis une mobilisation d'envergure synchronisée le même jour.

Cette assurance ferme et solidaire que Vincent Bolloré a pu ressentir face à lui ce 5 juin 2013 renforcera la position de l'Alliance des riverains lors des négociations.

AUTRES TACTIQUES EMPLOYÉES :

L'action directe

L'occupation

La perturbation créative

LES PRINCIPES FONDAMENTAUX À L'ŒUVRE :

Renversez les rôles

Vous nous avez pris nos terres en Afrique, alors, si vous n'y voyez pas d'inconvénient, nous allons faire la même chose avec votre pelouse pour y planter notre manioc !

Cette image simple dotée d'un fort potentiel médiatique met directement le PDG Vincent Bolloré sous pression et le déstabilise. Il se sent obligé de sortir et de venir à la rencontre des manifestants pour tenter de sauver la face.

Laissez-vous guider par ceux qui sont le plus touchés

Les riverains directement menacés par les activités de l'entreprise ont agi eux-mêmes, à partir des décisions qu'ils ont prises collectivement, localement et de manière coordonnée : ce sont leurs revendications qui sont exprimées, leurs modalités d'action, et ce sont eux qui négocient avec la direction du groupe directement, sans intermédiaire.

Les organisateurs du ReAct restent seulement en soutien pour l'organisation collective, en prodiguant des conseils sur les outils de mobilisation, d'animation pour une participation et une implication de tous, et de prise de décision collective.

MÂCHEZ LE TRAVAIL DES MÉDIAS

Les médias n'étaient pas présents lors de la perturbation de l'assemblée générale. Mais les militants étaient venus équipés. Les photos et vidéos prises sur place avec cette mise en scène insolite et maligne ont fourni le matériel dont

L'action transnationale contre Bolloré, l'accapareur de terres 215

les médias ont besoin pour écrire ces articles dont ils raffolent et qui leur ont donné l'occasion de parler du fond du problème.

AUTRES PRINCIPES À L'ŒUVRE :

Jouez la pièce pour le public qui n'est pas là
Maintenez une discipline non violente
Mettez votre cible face à un choix cornélien
Ne dites pas : montrez !
Pensez narrativement

THÉORIES LIÉES :

Les lieux d'intervention
Le spectacle éthique

CEUX QUI PRATIQUENT :

ReAct
L'Alliance des riverains

POUR EN SAVOIR PLUS :

Récits d'autres actions menées contre les multinationales sur www.projet-react.org.



Vincent Bolloré reçoit la lettre de demande de l'Alliance transnationale des riverains lors de l'AG du groupe le 5 juin 2013.



ETUDE DE CAS

La grève étudiante québécoise de 2012

Par Stefan Christoff

OÙ?

Au Québec.

QUAND?

Hiver/printemps 2012.

En 2012, les étudiants québécois ont réussi à s'opposer à une hausse considérable des droits de scolarité et à une loi anti-manifestation draconienne grâce à l'exercice de la démocratie directe, à des tactiques créatives et à des manifestations massives rassemblant des centaines de milliers de personnes. La grève étudiante, symbolisée par le carré rouge que les manifestants arboraient sur leurs blousons, a été un point de cristallisation dans l'histoire contemporaine du mouvement étudiant, et c'est la parfaite illustration de la possibilité de mener des actions collectives contre l'austérité.

Dans un processus initial qui a démarré en 2010 et s'est propagé au cours des quelques années suivantes, les syndicats étudiants québécois, notamment l'Association pour une solidarité syndicale étudiante (ASSÉ), d'inspiration anarcho-syndicaliste, ont annoncé publiquement qu'ils allaient s'organiser en vue d'une grève générale illimitée pour s'opposer à la hausse des droits de scolarité. En parallèle, le Parti libéral au pouvoir préconisait une hausse sans précédent des droits de scolarité, à hauteur de 80 %. La grève s'enracinait dans un affrontement primitif entre deux visions politiques : des centaines de milliers d'étudiants qui s'organisent pour des études universitaires accessibles

La grève étudiante québécoise de 2012 217

à tous, face à la classe politique et au patronat du Québec, soutenus de manière inconditionnelle par la police et favorables à une hausse considérable des droits de scolarité dans le cadre d'un programme global d'austérité.

À l'automne 2011 ont eu lieu les premières grandes manifestations : des dizaines de milliers de personnes se sont rassemblées pour s'opposer au projet de hausse des droits de scolarité aussi bien que, plus généralement, aux politiques néolibérales. Au niveau le plus fondamental, ces manifestations étaient ancrées dans un processus de démocratie directe, lorsque les assemblées générales étudiantes sont devenues les plates-formes de mobilisation de la grève.

Dans l'escalade qui a conduit à la grève, les libéraux au gouvernement ont foncé tête baissée, refusant d'ouvrir de véritables négociations avec les étudiants à propos de la hausse des droits de scolarité, un mauvais calcul qui a contribué à galvaniser le soutien au mouvement étudiant. Alors que commençait le second semestre de 2012, les assemblées générales étudiantes se sont succédées pour voter le soutien à une grève générale illimitée.

Le 22 mars 2012, des centaines de milliers de personnes sont descendues dans la rue, et cette manifestation de masse en faveur de la grève a été la première d'une série de manifestations mensuelles appelant toutes à la gratuité de l'éducation et à l'abolition totale des droits de scolarité universitaire.

La stratégie de l'ASSÉ a consisté à déclencher un processus d'assemblée ouverte qui ne soit pas sectaire, rassemblant des représentants des syndicats étudiants de tout le Québec, des membres de l'ASSÉ et au-delà. Ces rassemblements, appelés CLASSÉ (Coalition large de l'Association pour une solidarité syndicale étudiante), allaient contribuer à fixer le cap de la grève. On y retrouvait également de nombreux représentants des principales fédérations, la Fédération étudiante collégiale du Québec (FECQ) et la Fédération

étudiante universitaire du Québec (FEUQ), qui ont alors pressé leurs membres de rejoindre le mouvement de grève avec plus de conviction *voir Principe : Déplacez l'éventail de vos alliés*.

En mai, le passage en force de la proposition de loi 78 par les libéraux au pouvoir a marqué un tournant dans la grève, après des mois de manifestations étudiantes. Cette «loi spéciale» sapait drastiquement le droit fondamental de manifester, déclarant illégale toute manifestation à venir au Québec, à moins qu'elle soit approuvée au préalable par la police. Heureusement pour le mouvement étudiant, la loi spéciale a eu l'effet inverse de celui recherché : elle a entraîné une plus grande participation des non-étudiants dans la grève, avec notamment des concerts de casserole nocturnes de plus en plus nombreux où des milliers de sympathisants prenaient la rue en tapant sur des casseroles et des poêles.

L'action directe est devenue une tactique essentielle pour entretenir la dynamique politique autour de la grève. L'ASSÉ a créé un calendrier public en ligne de la grève qui s'est rapidement rempli d'actions autonomes, dont de nombreuses manifestations lancées par des réseaux décentralisés d'étudiants militants et de membres de la communauté.

À la fin, il s'est révélé qu'on ne pouvait pas stopper la dynamique politique qui sous-tendait la grève, laquelle a écarté les libéraux du pouvoir lors de l'élection de septembre 2012. Même si les résultats de l'élection ne reflétaient aucunement la critique systémique de l'ASSÉ, ils ont porté au pouvoir un gouvernement de minorité du Parti québécois qui, vu les circonstances, n'avait d'autre choix que d'annuler la hausse proposée des droits de scolarité et d'abroger la proposition de loi 78.

POURQUOI ÇA A MARCHÉ :

Quatre facteurs déterminants ont contribué au succès de la grève : elle était issue d'une longue tradition de lutte ; elle était animée par la démocratie directe et par une organisation horizontale ; les animateurs ont compris qu'ils devaient édifier le pouvoir populaire avant toute chose, et négocier seulement ensuite ; la grève a courageusement défié la politique d'austérité.

La mobilisation était profondément enracinée dans le mouvement étudiant québécois, qui existait de longue date et qui avait préconisé l'abolition totale des droits de scolarité universitaires lors d'importantes grèves étudiantes en 1968, 1974, 1978, 1986, 1988, 1990, 1996 et 2005 – des actions qui avaient toutes contribué à l'édification de l'infrastructure syndicale étudiante pour la grève.

L'héritage le plus important de la grève, qui a porté ombrage même à la victoire au niveau de la gratuité des droits de scolarité, était le processus de démocratie directe et d'organisation horizontale qui a nourri la victoire, alimenté par les étudiants. Une batterie extrêmement large de tactiques d'action a été adoptée et affinée, des manifestations massives aux actions directes ciblées.

Les organisateurs étudiants ont compris que les politiciens au pouvoir n'allaient pas s'écarter de leur programme si on s'en tenait aux seules négociations. En libérant le pouvoir autonome du peuple dans les rues, et en accordant la priorité à la rue plutôt qu'au débat politique, ils ont permis à une dynamique d'indépendance politique de se développer loin des arcanes du pouvoir. Ça a rendu fous les politiciens, mais, à la fin, ça s'est révélé primordial pour déterminer l'issue de la grève.

À la fin, la grève résonnait au loin et au large parce que l'objectif n'était pas seulement d'empêcher la hausse proposée des droits de scolarité, mais, plus largement, le combat contre l'austérité économique néolibérale.

CE QUI N'A PAS MARCHÉ :

L'image publique donnée par le mouvement étudiant québécois n'était pas représentative de la diversité de la société québécoise, où trop peu de militants s'impliquaient pour parler directement des expériences du racisme et de la colonisation sous l'égide du néolibéralisme. Encore aujourd'hui, les gens de couleur restent marginalisés au sein du processus politique du mouvement étudiant québécois, et le racisme institutionnel demeure une réalité indéniable, en dépit du fait que l'enjeu de l'accès à l'éducation impacte les communautés en marge de façon disproportionnée. Les militants de l'ASSÉ ont œuvré à parler de ces problèmes, avant même la grève de 2012, mais il est clair qu'une longue bataille politique antiraciste est encore à mener.

LES TACTIQUES FONDAMENTALES EMPLOYÉES :

L'action de rue de masse

Les manifestations nocturnes autonomes dans divers quartiers de Montréal et au-delà ont été déterminantes pour constituer le dynamisme de la grève. Elles soutenaient une dynamique politique et offraient un espace clair pour que beaucoup de membres de la communauté dans son ensemble puissent participer au mouvement de grève.

L'action décentralisée

Même si les assemblées générales des représentants étudiants constituaient le socle organisationnel de la grève, les actions autonomes étudiantes et des quartiers étaient cruciales pour la dynamique et l'énergie qui se constituait. Loin d'essayer de centraliser la prise de décision à propos des actions à venir, le syndicat étudiant a encouragé et favorisé la mise en œuvre d'actions autonomes d'envergure.

Les flash mobs

Les flash mobs et le théâtre de rue ont aussi été des modes opératoires importants pour inspirer les actions au sein du mouvement de grève. L'un des meilleurs exemples est la « ligne rouge », une action matinale où des étudiants habillés en rouge des pieds à la tête se tenaient en file indienne le long de quais de métro à travers la ville. Lorsqu'une rame approchait, une ligne rouge humaine se formait le long du quai en même temps que le métro ralentissait pour se retrouver face aux étudiants, habillés intégralement en carré rouge.

Autres tactiques employées

L'action directe

La perturbation créative

La grève générale

LES PRINCIPES FONDAMENTAUX À L'ŒUVRE

Nous sommes tous des leaders

Les assemblées générales étudiantes ont joué un rôle essentiel dans la canalisation incroyable d'énergie et de participation massive à la grève. Parce que des décisions politiques majeures concernant l'avenir de la grève ne pouvaient être prises exclusivement par le conseil exécutif élu de l'ASSÉ, des propositions ont été débattues sérieusement et ouvertement lors d'assemblées générales ordinaires auxquelles prenaient part des représentants de diverses associations membres de la coalition dirigée par l'ASSÉ.

Autres principes à l'œuvre :

Si manifester est illégal, faites de la vie quotidienne une manifestation

Choisissez des tactiques appropriées à votre stratégie

Mettez votre cible face à un choix cornélien

Déplacez l'éventail des alliés

Des règles simples peuvent produire de grands résultats

THÉORIES FONDAMENTALES À L'ŒUVRE

Les mêmes

Un élément visuel essentiel de la grève étudiante québécoise a été le « carré rouge », ce carré de tissu rouge que d'innombrables personnes ont agrafé à leur blouson tout au long de la grève. Simple et facile à réaliser, le carré rouge a vite proliféré, offrant un signifiant limpide au soutien public à la grève. Le rouge évoquait l'endettement des étudiants (être « dans le rouge ») et, dans le même temps, signifiait globalement une résistance radicale à l'austérité. En tant que symbole, il « flot-tait » – c'était à la fois suffisamment clair pour être en rap-port avec quelque chose de spécifique et suffisamment ouvert pour pouvoir attirer un large cercle de solidarité.

Les lieux d'intervention

Pour organiser des barrages humains aux portes des insti-tutions détenant le pouvoir politique et économique au Québec, les militants étudiants et leurs alliés ont utilisé l'ac-tion directe afin d'exercer une pression sur les principaux « lieux de décision ». En arrivant tôt le matin et en bénéfi-ciant de l'effet de surprise, les militants allaient verrouiller de l'extérieur les entrées des bâtiments du gouvernement ainsi que les bureaux des grandes sociétés et des banques qui soutenaient la hausse des frais de scolarité.

AUTRES THÉORIES À L'ŒUVRE :

La logique d'action

Les piliers de soutien

CEUX QUI PRATIQUENT

CLASSE

Anarchopanda pour la gratuité scolaire

École de la Montagne rouge

Profs contre la hausse

Mères en colère et solidaires

POUR EN SAVOIR PLUS

En anglais :

Le fond de l'air est rouge, par Stefan Christoff

<http://howlarts.net/words>

This Is Fucking Class War! Voices from the 2012 Quebec Student Strike, par le Collectif 10 novembre

<http://thisisclasswar.info/>

En français :

On s'en câlisse. Histoire profane de la grève. Printemps 2012, Québec, par le Collectif de débrayage

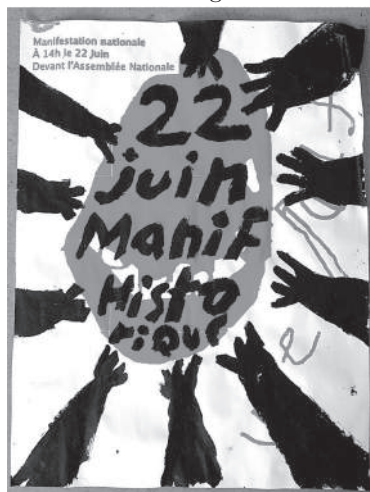
<http://www.sabotart.info/node/29>

Tenir tête, par Gabriel Nadeau-Dubois

<http://www.luxediteur.com/gnd>

Fermaille anthologie, par le collectif Fermaille

<http://moulteditions.com/post/42437801224/lancement-de-fermaille-anthologie>



La créativité est centrale dans la mobilisation étudiante, comme avec cette affiche faite par l'École de la Montagne rouge.



ETUDE DE CAS

Manif de réoccupation sur la Zad de Notre- Dame-des-Landes

Par des Camilles

OÙ ?

À la Zad (zone à défendre) contre le projet d'aéroport de Notre-Dame-des-Landes.

QUAND ?

Le 17 novembre 2012.

Quarante mille personnes affluent dans le bocage nantais pour participer à une manifestation « fourches, poutres, planchettes, clous et outils en main ». Un gigantesque cortège de piétons et de tracteurs avec remorques remplies de matériel s'étire du bourg de Notre-Dame-des-Landes au site choisi pour la réoccupation. Un chantier-fourmilière débute sur-le-champ : les groupes venus de partout avec leurs plans de construction et leur matériel se mettent à l'œuvre pour édifier un ensemble de cabanes : salle collective, cuisine, bloc sanitaire, dortoirs, etc. Ce nouveau lieu occupé, « la Châtaigne », sera ensuite entouré d'un cordon de tracteurs de paysans en lutte pour dissuader toute attaque policière.

Pour résumer (très) brièvement comment on en est arrivé là : la lutte contre le projet d'aéroport de Notre-Dame-des-Landes a débuté il y a quelque cinquante ans, portée par des agriculteurs, puis par une association de riverains (l'Acipa) et une coordination d'associations opposées au projet. À la suite du Camp Action Climat de 2009, une dynamique d'occupation des terres menacées par le projet s'est progressivement renforcée. En octobre 2012, les forces de

Manif de réoccupation sur la Zad de Notre-Dame-des-Landes 225

police à la solde d'AGO-Vinci¹ tentent d'expulser les occupant-e-s. Des maisons et des cabanes sont détruites, mais les flics butent contre une opposition déterminée qui combine différentes tactiques, des barricades au soutien matériel en passant par une communication automédia soutenue², des actions décentralisées et des installations de cabanes dans les arbres. L'opération militaire (dont le nom officiel était « opération César » !), qui ne devait durer que quelques heures, s'est enlisée dans la boue de la Zad...

La manifestation de réoccupation a lieu un mois plus tard et constitue un tournant dans cette lutte, pour bien des raisons : la forte mobilisation, bien sûr, mais aussi la diversité qui la caractérise, l'effort des différentes composantes de l'opposition pour se retrouver ensemble à cet instant-là malgré les divergences politiques, l'implication du monde paysan et des multiples comités créés dans toute la France pour appuyer la lutte « contre l'aéroport et son monde ». Il y a comme un changement de paradigme : des dizaines de milliers de personnes, portées par un sentiment de puissance collective, viennent participer à une action illégale d'occupation.

Depuis cette tentative échouée d'expulsion, l'énorme mobilisation qui en a découlé et le point d'orgue de la manifestation de réoccupation, la Zad reste une zone « libre » en perpétuelle expérimentation : un espace où il est possible d'habiter, de cultiver, de tenter de s'organiser collectivement. Une zone où l'on croise habitant-e-s (depuis des années ou quelques jours), paysan-ne-s (très mobilisé-e-s, notamment dans le cadre du collectif Copain), gens de passage ou issus des comités locaux... Une zone de lutte, où se réfléchissent et se débattent la cohabitation et les rapports

1. Aéroport du Grand Ouest, concessionnaire chargé de la réalisation et de l'exploitation du projet d'aéroport de Notre-Dame-des-Landes, détenu à 85 % par Vinci Concessions.

2. Notamment zad.nadir.org.

de domination, la façon dont on peut faire face à la répression, et le devenir de la zone quand le projet d'aéroport sera abandonné...

POURQUOI ÇA A MARCHÉ :

La manifestation de réoccupation avait été pensée bien en amont par des occupant-e-s de la Zad et des personnes solidaires, sur le principe : « S'ils nous expulsent, on revient », et elle avait été programmée quatre semaines après une éventuelle expulsion. Choisir ainsi la date sans dépendre du calendrier des décideurs permettait d'en faire une manif offensive et de se donner du temps pour la préparer dans tous les coins du pays.

La force de cette manif venait aussi de son contexte : elle faisait suite à l'intense mobilisation et à la détermination qui avaient permis de résister à la tentative d'expulsion. C'est la combinaison de différentes tactiques, dont la résistance physique, la communication, le soutien matériel, le travail juridique, le sabotage, la présence sur place et la pression sur les décideurs et les entreprises, qui a permis à l'opposition de faire capoter cette opération militaire de grande ampleur.

Si tant de personnes se sont mobilisées, c'est également parce que la lutte contre le projet d'aéroport est alors devenue bien plus qu'une lutte locale, notamment en raison du discours porté par les occupant-e-s : « À travers [cette lutte], nous combattons l'alimentation sous perfusion, la société industrielle et son réchauffement climatique, les politiques de développement économique et de contrôle du territoire, les métropoles et la normalisation des formes de vie, la privatisation du commun, le mythe de la croissance et l'illusion de participation démocratique¹... » Pour beaucoup, ce moment est perçu comme une brèche ouverte dans le

1. Tract d'appel à la manifestation de réoccupation.

système qui prétend régir nos vies, une faille dans laquelle s'engouffrer ensemble pour l'élargir.

CE QUI N'A PAS MARCHÉ :

Alors que la préparation en amont par le groupe « constructions » s'était clairement faite dans une optique antisexiste, le jour de la manifestation de réoccupation, des femmes ont eu du mal à trouver leur place sur certains chantiers : il n'est pas aisé de ne pas reproduire les mécanismes d'oppression omniprésents dans notre société.

LA TACTIQUE FONDAMENTALE EMPLOYÉE

L'occupation

Comme son nom l'indique, la manifestation de réoccupation visait à reprendre la main sur un territoire à la suite d'expulsions. En annonçant cette action collective à l'avance, on réaffirmait notre détermination à ne pas laisser ces terres à Vinci, même s'ils parvenaient à nous en expulser temporairement. Au moment des expulsions, le mouvement d'occupation a prouvé sa capacité à résister sur le terrain et à mobiliser très largement. La tactique d'« occupation » s'est révélée pertinente, contredisant les critiques d'une partie de l'opposition au projet, qui jugeait jusqu'alors les squatteurs comme inutiles, voire néfastes. Avec la manifestation de réoccupation, ce sont des dizaines de milliers de personnes qui ont participé à une action illégale (squatter) qu'une partie d'entre elles considéraient auparavant comme très éloignée de leurs pratiques.

Autres tactiques à l'œuvre

L'action directe

L'action décentralisée

L'action de rue de masse

LES PRINCIPES FONDAMENTAUX À L'ŒUVRE :

Délégez !

Plus que sur la délégation, la manifestation de réoccupation était fondée sur l'idée d'autogestion : la date, l'objectif, le cadre étaient connus de tou-te-s, permettant à des groupes de s'organiser de façon autonome pour apporter leur pierre à l'action : tel comité a conçu et monté un « black bloc sanitaire », des élèves d'école d'architecture ont réalisé un dortoir en palettes et en paille, telle personne est venue avec ses outils, sa banderole, son instrument de musique, etc.

Mettez votre cible face à un choix cornélien

Ici, les autorités étaient mises au pied du mur : soit elles empêchaient la manifestation de réoccupation en l'interdisant, mais alors il y avait une forte probabilité qu'elle ait néanmoins lieu ; soit elles employaient la force, mais risquaient alors d'être décrédibilisées et de ternir leur image en laissant apparaître leur vrai visage répressif (comme cela avait déjà été le cas pendant les expulsions) ; soit encore elles faisaient comme si de rien n'était et nous laissaient agir. C'est cette dernière option qui a prévalu, et la manifestation a pu se dérouler sans présence militaire. Globalement, les autorités sont souvent confrontées à ce même dilemme dans la lutte contre le projet d'aéroport, étant donné qu'il est clair qu'elles ont face à elles une opposition déterminée et qu'elles ne peuvent donc pas agir à leur guise sans provoquer de réaction, au risque de l'affrontement.

AUTRES PRINCIPES À L'ŒUVRE :

Faites bouger l'éventail des alliés
Pensez narrativement

THÉORIES LIÉES :

La justice environnementale
Les lieux d'intervention

Manif de réoccupation sur la Zad de Notre-Dame-des-Landes 229

La logique d'action
La Zone autonome temporaire

CEUX QUI PRATIQUENT :

Occupant-e-s de la Zad
Réseau Reclaim the Fields
Collectifs solidaires

... rejoints le jour même par l'Acipa et des groupes et des individus en lutte contre ce projet et le monde qui va avec

POUR EN SAVOIR PLUS :

zad.nadir.org
acipa.free.fr



À pied ou en tracteur, avec leur matériel de construction, 40 000 personnes réoccupent la Zad.



ETUDE DE CAS

Alternatiba, le village des alternatives au dérèglement climatique

Par Jon Palais

OÙ ?

À Bayonne.

QUAND ?

Le 6 octobre 2013.

Alternatiba est le nom donné au premier village des alternatives au dérèglement climatique, organisé dix jours après la publication du cinquième rapport du GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat). Voulant combattre l'effet de sidération que peut provoquer la prise de conscience des conséquences du changement climatique, mais aussi le fatalisme, la résignation, voire le déni, face à un défi aussi grand, Alternatiba a été organisé pour montrer que les solutions existent par milliers et qu'elles sont déjà à notre portée.

En quelques heures à peine, le matin du dimanche 6 octobre 2013, un millier de personnes, bénévoles, porteurs d'alternatives, exposants, transforment tout le centre-ville de Bayonne, coupé à la circulation automobile, en un véritable village des alternatives. Chaque rue, chaque place devient le lieu d'exposition et de démonstration des alternatives qui existent dans tous les domaines : agriculture paysanne, relocalisation de l'économie, aménagement maîtrisé du territoire et développement des alternatives au tout-routier, sobriété énergétique, éco-habitat, mise au pas de la finance, reconversion sociale et écologique de la

Alternatiba, le village des alternatives au dérèglement climatique 231

production, consommation responsable, partage du travail et des richesses, entraide, réduction et recyclage des déchets, préservation des biens communs comme l'eau, la terre, les forêts, etc.

Annoncé depuis plusieurs mois comme une nouvelle mobilisation climatique, Alternatiba réussit son pari en rassemblant 12 000 personnes lors de cette journée, saturant toutes les rues d'une foule dense et grouillante de vie, dans une ville d'ordinaire déserte le dimanche. Les visiteurs parcourent des rues littéralement envahies de stands exposant des alternatives concrètes, tangibles et qui font sens par rapport à leur vie quotidienne, mais envahies aussi de concerts, de théâtre de rue, d'espaces pour les enfants, de danses, de conférences, de repas de quartier, donnant à cette mobilisation une forme hybride entre université à ciel ouvert et fête populaire. Alternatiba montre ainsi non seulement que les alternatives au dérèglement climatique existent, mais aussi qu'elles contribuent à construire un monde plus agréable à vivre, plus solidaire, plus juste et plus humain.

Moins d'un an après cet événement, une quarantaine de nouveaux villages des alternatives sont en cours de préparation en France et en Europe, de Bordeaux à Genève, de Nantes à Paris, Lille, Bruxelles, et même à Tahiti! Alternatiba à Bayonne, au-delà d'une simple journée de mobilisation, aura été un événement déclencheur d'une nouvelle dynamique qui rassemble des milliers de personnes autour de la volonté de construire dès maintenant, avec les alternatives qui sont déjà à notre portée, le monde meilleur dans lequel nous voulons vivre, tout en relevant le défi climatique.

POURQUOI ÇA A MARCHÉ :

Au-delà d'un événement d'une journée, Alternatiba est un processus de préparation qui est en soi un processus de mobilisation. En divisant la ville en différents espaces

thématiques, le projet invite les porteurs d'alternatives sur chaque thème à organiser eux-mêmes leur espace. Une fois impliqué dans ce processus, chaque acteur de chaque espace relaie l'invitation de l'événement dans ses propres réseaux, diffusant l'appel auprès de publics très divers que le thème du climat lui-même n'aurait pas touchés. Douze mille personnes, arrivées par une multitude de portes d'entrée, se sont ainsi rassemblées au cours d'un même événement et autour d'une cause commune, le climat, devenu le dénominateur commun de tout un éventail d'autres thématiques.

LA TACTIQUE FONDAMENTALE EMPLOYÉE

L'intervention pré-figurative

C'est en permettant d'expérimenter, le temps d'une journée, le monde meilleur qui peut être construit avec les alternatives déjà existantes qu'Alternatiba Bayonne a été le déclencheur d'une dynamique de mobilisation : l'action pré-figurative invite les gens à s'impliquer dans la perspective de quelque chose de positif qu'ils désirent.

LES PRINCIPES FONDAMENTAUX À L'ŒUVRE

Délégués !

L'organisation d'un événement de masse nécessite la coordination de mille et une actions qui correspondent à une multitude de savoir-faire, pratiques ou théoriques, organisationnels, etc. Le processus de mobilisation commence par notre capacité à donner une place à tous les profils et à toutes les compétences, et donc à déléguer !

La pratique de la praxis nous préserve de bien des problèmes

Le processus de préparation d'Alternatiba a spécifiquement attiré de nouveaux militants au profil pratico-pratique, qui avaient perçu la place qu'ils pourraient prendre dans l'organisation de l'événement, mais sans forcément avoir

Alternatiba, le village des alternatives au dérèglement climatique 233

conscience de l'enjeu climatique. C'est au cours du processus qu'ils en ont pris conscience. Au travers du processus Alternatiba, ce n'est pas la conscience qui crée la pratique, mais la pratique qui crée la conscience.

AUTRES PRINCIPES À L'ŒUVRE

Faites bouger l'éventail des alliés

Ne dites pas : montrez !

Nous sommes tous des leaders

THÉORIE LIÉES

La justice environnementale

CEUX QUI PRATIQUENT

Bizi!

Alternatiba Bayonne

Alternatiba Agen

Alternatiba Gonesse

Alternatiba Nantes

Alternatiba Socoa

Alternatiba Lille

Alternatiba Gironde

... et des dizaines d'autres villages des alternatives Alternatiba à retrouver près de chez vous et sur www.alternatiba.eu.

POUR EN SAVOIR PLUS :

- plusieurs films sur Alternatiba, à voir sur le site Internet www.alternatiba.eu

- un kit méthodologique « Pourquoi et comment organiser un Alternatiba dans sa ville, son canton, son territoire » : <http://alternatiba.eu/wp-content/uploads/ressources/kit-methodologique.pdf>

- l'appel à créer « 10, 100, 1 000 Alternatiba », traduit en vingt-cinq langues : <http://alternatiba.eu/projet/creons-10-100-1000-alternatiba/>

- Contact mail : contact@alternatiba.eu



12 000 personnes investissent le centre-ville de Bayonne, entièrement transformé en village des alternatives.



Des centaines d'alternatives concrètes ont été organisées, comme ce repas populaire à base de produits locaux sur un parking du centre-ville.

Alternatiba, le village des alternatives au dérèglement climatique 235

Biographies des contributeurs

RÉDACTEURS EN CHEF

ANDREW BOYD est auteur, humoriste, et un vétéran des campagnes créatives pour le changement social. Pendant dix ans, il a dirigé la campagne médiatique satirique Billionaires for Bush. Il a co-fondé Agit-Pop Communications, une agence de « communication au service de la subversion » couronnée par plusieurs prix, ainsi que le mouvement internet The Other 98 %. Il est l'auteur de *Daily Afflictions*, *Life's Little Deconstruction Book* et *The Activist Cookbook*. Tant qu'il n'aura pas trouvé son « ambition depuis toujours » à lui, il plagiera Milan Kundera : « unir l'extrême gravité de la question et l'extrême légèreté de la forme ». Il vit à New York avec son ordinateur portable, et vous pouvez le retrouver en ligne sur andrewboyd.com.

DAVE OSWALD MITCHELL est auteur, rédacteur en chef et chercheur. Il a installé son campement au croisement des crises économiques et écologiques. Entre 2005 et 2010, il a dirigé la publication militante canadienne *Briarpatch Magazine*, et ses travaux d'écriture ont été publiés dans *Rabble*, *Reality Sandwich*, *Rolling Thunder* et *Upping the Anti*. Il s'intéresse à la brièveté, aux médias tactiques et à l'ailleurs. Suivez-le sur Twitter : @daveomitchell.

CONTRIBUTEURS

CELIA ALARIO est stratège en communication, coach pour porte-parole et fauteuse de troubles aguerrie. Sa chaussette-marionnette tweete sous l'alias @celiaalario.

PHIL ARONEANU œuvre à trouver une solution à la crise climatique depuis l'âge de 16 ans. En 2007, avec l'auteur militant Bill McKibben et un petit groupe d'amis étudiants, il a contribué à monter la campagne innovante 350.org. Au cours de l'escalade qui a mené aux négociations climatiques aux Nations unies en 2009 à Copenhague, 350.org a lancé plus de 5 200 événements publics simultanés dans 181 pays, ce que CNN a qualifié de « plus immense journée d'action politique de toute l'histoire ». Depuis, Phil a mené des campagnes au niveau local et national pour faire rebrousser chemin aux sociétés polluantes et construire un authentique mouvement climatique local. Il travaille actuellement à 350.org comme directeur de campagne pour les États-Unis.

ANDY BICHLBAUM (alias Jacques Servin) a fait son entrée dans le militantisme le jour où, programmeur informatique, il a inséré dans un jeu vidéo type « shoot'em up » une flopée de garçons qui se faisaient des bisous, juste avant que le jeu ne soit acheminé vers les magasins. Après quoi il s'est fait virer, enfin célèbre et extrêmement content de sa blague. Désormais, Andy fait tourner le Yes Lab for Creative Activism dans le cadre de son boulot de professeur de subversion à l'université de New York. Un jour, Bichlbaum a descendu le Nil à bord d'un biplace pour amener dans un village reculé du Soudan une chèvre encore vivante en guise de cadeau de remerciement pour une fête de retour au pays. (La fête était réussie, et la chèvre absolument délicieuse.) Connectez-vous à theyesmen.org et suivez [@theyesmen](https://twitter.com/theyesmen).

NADINE BLOCH explore la puissance du croisement entre les arts et la politique; là où la résistance culturelle créative n'est pas seulement une action politique efficace, mais aussi un moyen efficace de se réapproprier l'exclusivité de nos propres vies, de lutter contre les systèmes oppresseurs

et d'investir dans nos communautés – le tout en s'amusant beaucoup plus que nos adversaires !

L.M. BOGAD est stratège créatif depuis toujours, co-fondateur de la Rebel Clown Army, directeur fondateur du Center for Artistic Activism (West Coast) et professeur de performance politique à l'université de Californie à Davis. Suivez-le sur www.lmbogad.com.

JOSH BOLOTSKY est coordinateur connecté, blogueur, auteur comique et artiste de scène, et il fait du doublage à l'occasion. Il travaille actuellement en tant que directeur des nouveaux médias pour Agit-Pop Communications et son projet The Other 98 %. Au sein d'Agit-Pop, il contribue à créer et diffuser des projets qui comprennent le RepubliCorp Effort for MoveOn et Target Ain't People, la toute première tentative pour passer le cap des un million de vues sur YouTube, inspirée par Depeche Mode dans le cadre du programme de Citizens United. Josh fait aussi partie du contingent national de bénévoles qui gère Living Liberally, un réseau de groupes sociaux et de ressources militantes progressistes qui couvre les cinquante États des États-Unis. Il adore le chili vegan et écrit à son propre sujet à la troisième personne. Vous pourrez en savoir plus en vous rendant sur joshbolotsky.com.

MIKE BONANNO (Igor Vamos à l'état civil) a passé ses jeunes années à faire des bêtises. Avec Andy Bichlbaum, il a monté les Yes Men, et, quand il n'est pas occupé à faire des âneries, il enseigne l'art médiatique au Rensselaer Polytechnic Institute. Connectez-vous à theyesmen.org et suivez @theyesmen.

KEVIN BUCKLAND est artiste, coordinateur artiste et « ambassadeur des arts » pour le réseau mondial militant 350.org. Vous pouvez le suivre sur Twitter : @change_of_art.

CAMILLE est un prénom non genré, utilisé à l'origine par l'équipe presse de la Zad afin de répondre de façon anonyme aux journalistes au moment des expulsions. Ce prénom a été repris dans un premier temps par des personnes solidaires de la lutte pour marquer leur soutien, puis au-delà, contre d'autres projets destructeurs.

MARGARET CAMPBELL est free-lance dans bien des secteurs d'activité, mais elle ne sort jamais sans emporter dans sa musette l'esprit du journalisme engagé, et elle a une croyance bien ancrée dans la capacité des œuvres d'art public à panser les plaies et à unifier. Elle a eu la chance d'évoluer au point de bénéficier de connaissances en profondeur sur son propre quartier de St. Paul à Minneapolis, et de travailler avec acharnement sur les initiatives de justice environnementale et médiatiques de la Réserve Ojibwe de l'organisation White Earth, au nord-est du Minnesota. Elle soutient activement l'approche du militantisme véritablement drôle prôné dans ce livre, dont elle est une jeune adepte. Actuellement, elle est coincée quelque part entre la Mini Apple (Minneapolis) et la Big Apple (New York).

DOYLE CANNING est une stratège créative profondément engagée dans la construction de mouvements à base élargie pour la justice sociale et un avenir écologique, co-directrice du Center for Story-based Strategy (anciennement smartMeme) et co-auteur de *Re:Imagining Change* avec Patrick Reinsborough. Elle est présente sur Twitter : @doylecanning.

STEFAN CHRISTOFF est musicien, écrivain et animateur de quartier à Montréal. Vous pouvez le suivre sur Twitter : @spirodon.

SIMON COTTIN-MARX est membre de l'Appel et la Pioche, de Jeudi noir et d'une multitude de collectifs activistes. Il est aussi co-rédacteur en chef de la revue *Mouvements*.

SAMANTHA CORBIN est directrice des actions pour The Other 98 % et elle a été profondément impliquée dans Occupy Wall Street. Au cours des dix dernières années, elle a coordonné des dizaines d'actions créatives et assuré d'innombrables formations à l'action directe non violente.

STEPHEN DUNCOMBE enseigne l'histoire et la politique des médias à l'université de New York. Il est l'auteur et rédacteur en chef de six livres, a co-fondé la School for Creative Activism en 2011, et est actuellement co-directeur du Center for Artistic Activism (www.artisticactivism.org). On peut le retrouver sur www.stephenduncombe.com.

SIMON ENOCH est directeur du Saskatchewan Office du Canadian Centre for Policy Alternatives, et il a été publié dans *Foucault Studies*, dans *Cultural Logic*, dans *Capitalism, Nature, Socialism*, et dans *Socialist Studies*. Vous pourrez en savoir plus en vous rendant sur : www.policyalternatives.ca/offices/saskatchewan.

JANICE FINE est professeur associée des études du travail et des relations de travail à la School of Management and Labor Relations à la Rutgers University. Avant d'enseigner, elle a travaillé comme coordinatrice électorale, de quartier, de travail et de coalition pendant plus de vingt-cinq ans.

LISA FITHIAN organise depuis 1975 le maillage d'actions directes créatives et stratégiques non violentes, du travail anti-oppression et des pratiques durables dans des luttes étudiantes, pour la justice environnementale, les droits des travailleurs, la paix et la justice dans le monde. L'essentiel

de son travail est chroniqué sur son site organizingforpower.org, riche en ressources.

ISABELLE FRÉMEAUX a été maîtresse de conférences en Media and Cultural Studies à Londres pendant dix ans, avant de désertier l'université. Elle poursuit une recherche-action qui explore l'éducation populaire et les formes créatives de résistance. Avec John Jordan, elle a cofondé le collectif d'art-activisme Laboratory of Insurrectionary Imagination (<http://labofii.net/>). Ils vivent aujourd'hui en Bretagne (France) au sein du collectif artistico-agricole la r.O.n.c.e (Résister. Organiser. Nourrir. Créer. Exister).

ARUN GUPTA est rédacteur en chef et fondateur de *The Independent* et de *The Occupied Wall Street Journal*. Il contribue au *Guardian*, à *Truthout*, à *In These Times* et à *The Progressive*.

SARAH JAFFE est journaliste, agitatrice et droguée à Internet. Elle écrit, entre autres, sur la justice économique et le militantisme. Vous pouvez la suivre sur Twitter : @seasonothebitch.

JOHN JORDAN est co-fondateur de Reclaim the Streets (1995-2001) et travaille désormais avec le Laboratory of Insurrectionary Imagination, un collectif où se mélangent l'art, l'activisme et la permaculture. Il est co-auteur du livre-film *Les Sentiers de l'utopie*. Suivez-le sur Twitter : @labofii.

STEPHEN LERNER figure au conseil de direction de la Service Employees International Union, est coordinateur de communauté et du travail depuis plus de trente ans, et œuvre à contester la domination de Wall Street et des grandes sociétés sur la vie économique et politique des États-Unis et sur l'économie mondiale.

ZACK MALITZ est new-yorkais. Il pense que la place des énergies fossiles est dans le sous-sol et il tweete : @ZackMalitz.

JEAN-MARIE MALO est un militant d'Attac et du collectif citoyen Les Engraineurs. En 2014, il roule pour le milieu de la finance dans la pièce de théâtre *Traversée à haut risque à bord du Tafta*, qu'il a co-écrite. Mais, vite lassé par sa fortune ainsi amassée, il se transforme en agent double et décide de promouvoir une lutte citoyenne, joyeuse et inspirante en coordonnant la version française de *Beautiful Trouble. A Toolbox for Revolution*.

NANCY L. MANCIAS prône le pacifisme, croit en la responsabilité des crimes de guerre, et organise des campagnes pour CODEPINK. Vous pourrez en savoir plus sur www.codepink4peace.org, et vous pouvez la suivre sur Twitter : @nancymancias et @exposewarcrimes.

ÉLOÏSE MAULET est une organisatrice tout terrain. Co-fondatrice du ReAct, elle a organisé aussi bien des paysans victimes d'accaparements de terre en Sierra Leone ou en Côte d'Ivoire que des salariés de centres d'appel exploités dans la banlieue de Casablanca. Elle est aussi à l'aise dans une perturbation d'AG d'actionnaires que dans une négociation internationale avec le groupe Bolloré. <http://projet-react.org/>

TRACEY MITCHELL encourage les conversations créatives et courageuses au sein des organisations communautaires. Basée à Saskatoon, dans le Saskatchewan, au Canada, Tracey est également adepte du théâtre sur la place publique (c'est-à-dire qu'elle est une « farceuse »). Pour en savoir plus sur le travail de Tracey, rendez-vous sur www.facilitrace.com.

JON PALAIS est un militant écologiste à la recherche de

stratégies gagnantes dans les manuels et en pratiquant l'action directe non violente sur le terrain. A milité, milite et militera notamment à Greenpeace, au mouvement des Indignés à Bayonne, et à Bizi! au Pays basque. Il est l'un des animateurs du mouvement Alternatiba depuis son lancement en 2013 (www.alternatiba.eu). Il tweete de temps en temps via @JonPalais.

MARK READ réalise des films, enseigne les études médiatiques à l'université de New York et s'intéresse à la vidéo en tant qu'outil tactique dans l'organisation communautaire. En 2011, il a monté l'action du Bat-Signal des 99 % à Occupy Wall Street, et il est depuis une force « motrice » derrière le camion de projection The Illuminator Guerilla.

PATRICK REINSBOROUGH est stratège, coordinateur et provocateur créatif, avec plus de vingt ans d'expérience dans les campagnes pour la paix, la justice, les droits des indigènes et la propreté écologique. Il est le co-fondateur du Center for Story-based Strategy (anciennement smartMeme), une organisation de soutien aux mouvements qui exploite la puissance de la narration pour un profond changement social. Vous pourrez en savoir plus sur www.storybasedstrategy.org.

CYRILLE RIVALLAN a jadis changé la roue arrière gauche de la voiture de l'auteur de *L'An 01* et, de fil en aiguille, s'est retrouvé à traduire *Joyeux bordel* quelque vingt ans plus tard. Il continue d'espérer trouver un juste milieu entre Paris et la province d'ici à ses vieux jours, et, en attendant, il garde ses lunettes pour dormir afin de mieux voir ses rêves. Quand le beau temps le lui permet, il tweete : @JeanWindows.

ADRIEN ROUX est convaincu que la communication et les bonnes idées ne suffiront pas à changer le monde. Une seule solution : l'organisation patiente des personnes partageant

les mêmes colères et les mêmes adversaires. Il est cofondateur du ReAct (<http://projet-react.org/>), qui organise les gens victimes de la multinationale Bolloré, et de l'Alliance citoyenne (<http://www.alliancecitoyenne-38.fr/>), qui développe les méthodes Alinsky en France.

JOSHUA KAHN RUSSELL est coordinateur et stratège ; il travaille pour les mouvements pour la justice sociale et l'équilibre écologique. Il collabore avec 350.org et est également coordinateur d'actions, facilitateur et formateur pour la Ruckus Society. Suivez-le sur Twitter : @joshkahnussell.

NATHAN SCHNEIDER est rédacteur en chef de *Waging Nonviolence*, un blog sur le conflit et le militarisme non violents, mais également de *Killing the Buddha*, un magazine littéraire en ligne sur la religion et la culture. www.therowboat.com est son site Internet, et il tweete : @ktbuddha et @wagingnv.

JOHN SELLERS a cofondé The Other 98 %, est l'un des partenaires fondateurs d'Agit-Pop Communications et le président de la Ruckus Society. Allez le voir sur agit-pop.com et suivez-le sur Twitter : @goatbrain.

MATTHEW SKOMAROVSKY est optimiste et on peut le googler.

JONATHAN MATTHEW SMUCKER est un acteur et coordinateur de longue date au sein des mouvements de base pour la justice sociale, l'égalité économique, la propreté écologique et les droits de l'homme. Il est directeur de formation pour *Beautiful Trouble* et cofondateur et directeur de Beyond the Choir, une organisation de stratégie et de formation. Pour en savoir plus, rendez-vous sur beyondthechoir.org et sur Twitter : @BeyondtheChoir.

STARHAWK est auteure, militante, conceptrice de permaculture, et l'une des voix prééminentes de la spiritualité basée sur la Terre. Son site Internet est www.starhawk.org et elle tweete : @Starhawk17.

ERIC STONER est professeur adjoint au St. Peters' College et rédacteur en chef de *Waging Nonviolence*, un blog qui parle des actions non violentes à travers le monde. Il est membre du bureau national de la War Resisters League, et on peut le retrouver sur ericstoner.net et sur Twitter : @ericstonr.

HARSH WALIA est une militante de l'Asie du Sud, facilitatrice, auteure et chercheuse juridique basée à Vancouver, dans les territoires indigènes occupés de Coast Salish. Elle milite (bénévolement) dans les mouvements de base en faveur de la justice pour les immigrés, les féministes, les anti-racistes, les anticapitalistes et les anti-impérialistes. Suivez-la sur Twitter : @HarshaWalia.

Si vous souhaitez être tenu informé des parutions
et de l'actualité des éditions Les Liens qui Libèrent,
visitez notre site :
<http://www.editionslesliensquiberent.fr>

Pour aller plus loin et découvrir la communauté
de *Joyeux bordel* vous pouvez vous rendre sur :
<http://beautifultrouble.org/>

Achévé d'imprimer en décembre 2014
par Normandie Roto Impression S.A.S à Lonrai
Dépôt légal : janvier 2015
N° impr :
Imprimé en France

