

CAMPAGNE DE SENSIBILISATION NON AU VICTIM BLAMING – LA HONTE DOIT CHANGER DE CAMP

PLANIFICATION, ORGANISATION ET ORCHESTRATION	
Type d'activité/initiative	<p>Activité de sensibilisation</p> <p>Note : <i>La Campagne de sensibilisation Non au victim blaming – La honte doit changer de camp</i> a été créée par l'organisme <i>Sans oui, c'est non!</i> (SOCN), et avec la participation du Gouvernement du Québec, et a été rendue disponible en décembre 2018. SOCN offre un Guide de la campagne ainsi qu'une fiche d'information sur le matériel de la campagne. Parmi les outils de sensibilisation que l'UQO s'est dotée :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Affiche 1 - <i>Tu portais quoi? Pourquoi tu marchais seule le soir? T'avais bu combien de verres?</i> • Affiche 2 - <i>Tu t'attendais à quoi en l'invitant chez toi? Oh ben là! C'est pas de sa faute à lui non plus. Il avait bu aussi, non?</i> • Affiche 3 - <i>Pourquoi tu n'as pas porté plainte? As-tu fait un geste qui aurait pu être mal interprété? T'es-tu débattue?</i> • Affiche 4 - <i>Ça ne devait pas être désagréable non plus. Vous n'aviez pas déjà couché ensemble? Ça n'arrive pas aux gars.</i> • Clip vidéo - <i>Ce qu'est le victim blaming ?</i> • Macarons - <i>Jamais de la faute de la personne survivante</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Couleur - fond gris ○ Couleur - fond mauve • Macarons - <i>Je te crois</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Couleur - fond gris ○ Couleur - fond mauve • Macarons - <i>La honte doit changer de camp</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Couleur - fond gris ○ Couleur - fond mauve • Macarons - <i>Non au victim blaming</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Couleur - fond gris ○ Couleur - fond mauve • Tract d'information - <i>Ce qu'est le victim blaming ?</i> • Activité spécifique : <i>Exposition d'art survivant Que portais-tu?</i> (voir la fiche descriptive à ce sujet)
Année universitaire ou trimestre	Hiver 2019
Objectif(s) visé(s)	Sensibiliser sur les mythes ayant pour effet de culpabiliser les victimes et de déresponsabiliser les agresseurs en contexte de violence à caractère sexuel
S'il y a lieu, contenus abordés	Ce qu'est le <i>victim blaming</i> ?
S'il y a lieu, contexte de l'offre	<ul style="list-style-type: none"> • <i>La Campagne de sensibilisation Non au victim blaming – La honte doit changer de camp</i> s'est tenue durant le mois de mars 2019 sur l'ensemble des trois sites de l'UQO : campus de Gatineau, ISFORT de Ripon et campus de Saint-Jérôme. • Au cours du mois de mars 2019, une manifestation étudiante portant sur les changements climatiques s'est tenue le 15 mars 2019 au campus de Saint-Jérôme alors qu'un mouvement de manifestation étudiante portant sur la rémunération de stages s'est tenu du 18 au 22 mars 2019 aux campus de Gatineau et Saint-Jérôme. • À noter que le CALAS de l'Outaouais a mentionné que le concept « <i>Non au victim blaming</i> » n'est pas un sujet avec lequel il travaille.
Quand	<ul style="list-style-type: none"> • Le lancement de la campagne s'est faite par communiqué le vendredi 8 mars 2019 lors de la <i>Journée internationale des femmes</i>.
Clientèle cible	Les personnes étudiantes et employées de l'UQO.

Responsable de la réalisation	Vice-rectrice au développement du campus de Saint-Jérôme (responsable du projet d'une université sans violence sexuelle), via l'Équipe de coordination du Projet ¹		
Principales actions	QUAND	ACTIONS PRINCIPALES	PAR QUI
	Décembre	<ul style="list-style-type: none"> Au besoin, voir à l'impression des outils de sensibilisation. 	Équipe de coordination du Projet
	Février	<ul style="list-style-type: none"> Installer des affiches sur les tableaux d'affichage de l'UQO. Déposer dans les présentoirs quelques tracts d'information. 	Équipe de coordination du Projet
	8 mars	<ul style="list-style-type: none"> Dans le cadre de la <i>Journée internationale des femmes</i>, via la DCR, transmettre une communication pour lancer cette Campagne au cours du mois de mars 2019 : Intranet, téléviseurs, Facebook, page Web d'accueil de l'UQO. Ajouter la tenue de la Campagne dans la programmation des activités et initiatives à la page Web dédiée de l'UQO pour prévenir les violences à caractère sexuel. 	Équipe de coordination du Projet
	Mars	<ul style="list-style-type: none"> Tenir la <i>Campagne de sensibilisation Non au victim blaming – La honte doit changer de camp</i>. Lors de l'Exposition d'art survivant Que portais-tu? <ul style="list-style-type: none"> tenir un kiosque d'information; présenter un clip vidéo à ce sujet; remettre des macarons; remettre des tracts d'information. 	Équipe de coordination du Projet
Le calendrier a été ajusté pour mieux refléter les actions à entreprendre.			
S'il y a lieu, animation	Lors de l' <i>Exposition d'art survivant Que portais-tu?</i> un kiosque d'information s'est tenu afin d'échanger sur ce qu'est le <i>victim blaming</i> ?		
RÉALISATION			
Nombre – population cible	<ul style="list-style-type: none"> 7 500 étudiant(e)s : 5 000 à Gatineau/Ripon ET 2 500 à Saint-Jérôme 1 200 employé(e)s Total : 8 700 personnes (site Web de l'UQO, janvier 2019)		
S'il y a lieu, nombre de participants	---		
Bilan de réalisation après évaluation	<ul style="list-style-type: none"> Un bulletin d'information pour une université sans violence sexuelle a été créé pour présenter cette thématique. La Campagne de sensibilisation <i>Non au victim blaming – La honte doit changer de camp</i> s'est tenue du 8 au 29 mars 2019. <ul style="list-style-type: none"> Des affiches ont été installées à ce sujet. Des macarons ont été distribués. Des tracts ont été distribués. 		

¹ En l'absence du Bureau d'intervention en matière d'inconduite (BIMI), initiée par l'Équipe de coordination du projet d'une université sans violence sexuelle.

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Des kiosques d'information se sont tenues sur le campus de Saint-Jérôme (du 11 au 15 mars 2019), sur le campus de Gatineau (du 18 au 22 mars 2019) et à l'ISFORT de Ripon (27 mars 2019). ○ Une clip vidéo sur ce qu'est le <i>victim blaming</i> a été publiée sur le site Web dédié à la prévention des violences à caractère sexuel.
Impact perçu par les participants	De manière générale, cette Campagne visant à lutter contre le <i>victim blaming</i> a suscité un intérêt et a permis d'amorcer une conversation entre certains individus venus en groupe lors des journées de l' <i>Exposition d'art survivant Que portais-tu?</i>
Coût	178,88 \$ (coût récurrent lié à l'impression des outils de sensibilisation) Note : Une ressource spécialisée avait été embauchée en vue d'offrir un atelier participatif au campus de Saint-Jérôme sur ce qu'est le <i>victim blaming</i> mais, malgré la publicité faite, n'a suscité aucun intérêt. Cet atelier a donc été annulé pour le campus de Gatineau.
RECOMMANDATION	
Recommandation pour l'année subséquente	<p>Reconduire cette initiative pour 2019-2020.</p> <p>Également, nous recommandons les pistes d'amélioration ciblées suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Stratégie de communication : <ul style="list-style-type: none"> ○ Revoir la stratégie de communication pour inclure ce qui suit : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diffuser la Campagne via les associations étudiantes et les cadres. ▪ Inviter les personnes professeures, chargées de cours et visiteurs à communiquer la tenue de la Campagne. ▪ Diffuser des capsules de sensibilisation pour présenter ce qu'est le <i>victim blaming</i>. ● Autres activités en lien avec la campagne : <ul style="list-style-type: none"> ○ N'offrir qu'un kiosque d'information sur ce qu'est le <i>victim blaming</i> dans le cadre de l'<i>Exposition d'art survivant Que portais-tu?</i> ○ Ne pas offrir d'atelier participatif sur cette question. Cela ne suscite aucun intérêt des personnes. <p>Voir à explorer la possibilité de tenir la Campagne dans une semaine de la prévention en collaboration avec des personnes professeures, chargées de cours et étudiantes, dont celles en travail social. P. ex. conférences, kiosques... sur différentes thématiques pour exposer la problématique, mais aussi proposer des pistes de solution.</p>

Fiche créée le 29 janvier 2019
Dernière mise à jour : 2 mai 2019