



Rue Saint-Nicolas 4
CH-2000 Neuchâtel
Tél. +41 32 718 17 10

www.unine.ch/ethno

Leila VYTHELINGUM

Rue du Doubs 77
2300 La Chaux-de-Fonds

077 482 95 09

leila.vythelingum@outlook.com

Leila VYTHELINGUM

Vers des « images de l'aide » plus éthiques ? Ethnographie des outils mis en place face aux problèmes identifiés dans la communication visuelle au sein du système de l'aide internationale

Mémoire de master en sciences sociales - pilier anthropologie

Spécialisation « Anthropologie de l'action sociale et environnementale »

Date de soutenance : 14.02.25

Directrice du mémoire : Mme Ellen Hertz

Membre du jury : Mme Marion Fresia

Remerciements

Je tiens à remercier chaleureusement les personnes m'ayant accompagnée et soutenue dans cette aventure. Je remercie en premier lieu Ellen Hertz (Directrice de mémoire) et Marion Fresia (Experte) pour leur écoute, leurs relectures et conseils durant le processus de recherche et d'écriture de ce mémoire, ainsi que leurs cours/séminaires que j'ai eu la chance de suivre durant mon cursus et dont certains m'ont beaucoup marquée.

Merci à mes collègues durant le stage dans la fédération de coopération au développement pour ces riches échanges lors de nos pauses, sans lesquels je n'aurais pas suivi cette piste de recherche. Merci également aux membres d'ONG et intervenant.es rencontré.es durant ce stage puis lors de formations, qui m'ont donné de leur temps pour discuter de ce sujet, ont partagé leurs questionnements, leurs besoins, doutes et réflexions, voire m'ont encouragé à enquêter sur celui-ci.

Je remercie également les assistant.es – Baptiste Aubert et Wiebke Wiesigel – et participantes du colloque des mémorant.es pour leur écoute, leur disponibilité et leurs retours qui m'ont accompagnée dans les premières étapes de cette recherche. Une pensée particulière pour Pauline, Elie Kernén, Sami Lamhangar, Aurore Nayet et nos sessions d'écritures qui m'ont aidé à orienter et structurer ma pensée tout comme canaliser mon enthousiasme parfois diffus.

Plus que tout, je témoigne tout mon amour à mes proches de manière générale, pour leur présence et leur soutien. Ma reconnaissance va particulièrement à Célia Bonvin, Clémence Lambert, Émile Bruttin, Tessa Guggiari, Jonah Vythelingum et Marc Montavon pour leurs précieuses relectures.

Finalement, je remercie mes colocataires et ami.es, ceux qui m'ont encouragée lors de périodes d'angoisses et permis de me changer les idées en dansant, en chantant ou encore en partageant de bons repas.

Résumé

En partant d'un malaise initial vis-à-vis de ce que je qualifie d' « images de l'aide » visibles dans les espaces publics, domestiques et digitaux du Nord global, j'ai cherché à comprendre plus spécifiquement leur omniprésence et ce qu'elles représentent pour les ONG les produisant. J'ai ainsi découvert de nombreuses critiques, externes comme internes, vis-à-vis de la communication visuelle des ONG ancrées dans le système de l'aide international. C'est pourquoi, j'ai choisi comme objet d'étude ce que j'ai identifié comme deux « outils » mis en place face aux problèmes identifiés : des chartes créées par et pour les ONG visant une production d'images plus « éthiques » ; ainsi que trois formations plus ou moins spécialisées, tendant également vers une communication visuelle plus « éthique ». En analysant et observant ces documents et particulièrement les situations de formations auxquelles j'ai participé, j'ai exploré une première question : « Comment la notion d'« image éthique » est-elle interprétée et mobilisée au sein des chartes et des formations mise en place face aux problèmes de la communication visuelle des ONG ? ». Puis en vue de contextualiser les résultats de ce premier axe analytique, notamment l'impasse à laquelle semble faire face les acteur.ices de l'aide quant à ces images, je me suis intéressée à deux enjeux transversaux essentiels à l'appréhension de ces outils : le modèle néolibéral de globalisation et le régime de représentations racialisé hérité de l'esclavagisme et de la colonisation européenne. Dans ce second axe j'interroge dans quelle mesure ces logiques transversales imprègnent le processus de fabrication des images de l'aide ainsi que la création de ces outils.

Table des matières

INTRODUCTION : OMNIPRÉSENCE DES IMAGES DE L'AIDE ET MALAISE INITIAL.....	6
CONTEXTE : QUELLES SONT CES IMAGES ET D'OÙ SORTENT-ELLES ?	9
RELATION IMAGE-AIDE	12
ÉVOLUTION DES IMAGES DE L'AIDE.....	17
PROCESSUS DE FABRICATION DES IMAGES DE L'AIDE	23
REVUE DE LA LITTÉRATURE : QUI TRAITENT DE CES IMAGES ET COMMENT ?.....	28
APPROCHES CRITIQUES DES IMAGES DE L'AIDE	28
APPROCHES APPLIQUÉES POUR UNE MEILLEURE COMMUNICATION DES ONG	37
CHEMINEMENT MÉTHODOLOGIQUE ET RÉFLEXIONS.....	41
GENÈSE DE L'ENQUÊTE ET POSTURE.....	42
CHOIX DE L'OBJET D'ÉTUDE ET DÉFINITIONS	43
UNE DÉMARCHE ETHNOGRAPHIQUE	48
<i>Recherche documentaire</i>	49
<i>Observations</i>	55
<i>Entretiens</i>	68
QUELQUES RÉFLEXIONS SUR MA POSTURE ET SUR LES SITUATIONS D'OBSERVATION	70
CADRES THÉORIQUES MOBILISÉS POUR APPRÉHENDER LES OUTILS VISANT UNE COMMUNICATION VISUELLE ÉTHIQUE DES ONG	75
APPROCHES ANTHROPOLOGIQUES DE LA PHOTOGRAPHIE.....	75
APPROCHES ANTHROPOLOGIQUES DE L'ÉTHIQUE	77
APPROCHES EN SCIENCES SOCIALES DU SYSTÈME DE L'AIDE INTERNATIONALE	81
VERS DES IMAGES DE L'AIDE « ÉTHIQUES » ?	85
DES CHARTES POUR UNE COMMUNICATION VISUELLE ÉTHIQUE DES ONG	85
<i>L'« éthique » : nouveau buzzword du développement ?</i>	90
DES FORMATIONS SPÉCIALISÉES : QU'EST-CE QU'UNE « IMAGE ÉTHIQUE » ?	93
<i>Des critères « éthiques » confrontés aux enjeux de la pratique rencontrés par les acteur.ices de l'aide...</i>	94
<i>Des « narratifs » identifiés comme problématiques, contestés par une définition contextuelle et « subjective » des images éthiques</i>	103
CRITÈRES COMMUNS IMPLICITES : LA « DIGNITÉ » ET L'« AUTHENTICITÉ »	111
EXPLIQUER CETTE IMPASSE : ENJEUX TRANSVERSAUX AUX OUTILS POUR DES IMAGES « ÉTHIQUES »	117

LES ONG DANS LE MODÈLE DE GLOBALISATION NÉOLIBÉRAL	118
LES IMAGES DE L'AIDE INSCRITE DANS LE RÉGIME DE REPRÉSENTATION RACIALISÉ.....	124
<i>Iconologie du colonialisme et imaginaire sur l'Afrique</i>	124
<i>Continuité de ce « régime de représentation racialisé »</i>	127
CONCLUSION : POUR UNE REDÉFINITION DU STATUT DES IMAGES DE L'AIDE.....	133
BIBLIOGRAPHIE.....	137
TABLES DES FIGURES.....	142

Introduction : omniprésence des images de l'aide et malaise initial

Je suis quotidiennement frappée par l'omniprésence d'images produites, diffusées ou financées par les acteur.rices du système de l'aide internationale. En sortant de chez moi, je les retrouve à mon arrêt de train, puis à l'intérieur sous forme de petites publicités. Ensuite, en quittant les transports publics, j'ai encore le loisir d'observer ces images dans la gare, aussi bien sur les affiches papier que sur les panneaux numériques. Puis lorsque je rentre chez moi, je retrouve fréquemment, dans ma boîte aux lettres, des flyers, brochures et autres *newsletters*, présentant le travail d'ONG et presque systématiquement illustrées d'images. S'ajoutant aux espaces urbains et domestiques, je suis continuellement confrontée à ces images sur les réseaux sociaux (TikTok, Instagram, X, YouTube, ...).

Ces images, malgré leur apparente banalité au sein de ces divers espaces, m'ont toujours touchée et rendue inconfortable, voire en colère. J'ai pu en discuter avec mes proches, particulièrement les personnes racisées de mon entourage, qui pour la majorité partagent ce malaise. Je souligne d'ailleurs le nombre étonnant de proches qui, lorsque je leur ai parlé de mon intérêt pour cet objet, m'ont répondu « Oh ces images ouai, c'est horrible... » ou « C'est intéressant mais ça doit être chaud de faire là-dessus » (carnet de terrain, 10.12.23), sous-entendant que cela fait quelque chose de voir ces images. Elles nous impactent. Selon V. Troit, directrice de la fondation Croix-Rouge française, « ces images de l'aide s'imposent sur nos écrans, s'immiscent dans nos conversations et imprègnent plus globalement nos imaginaires » (2014 : 119). En effet, selon cette dernière, nous y sommes confronté.es à travers deux biais principaux s'ajoutant à ceux évoqué ci-dessus. D'une part, avec la médiatisation instantanée de « crises » telles qu'actuellement le génocide en Palestine, la guerre en Ukraine, en République démocratique du Congo, en Iran, pour ne citer qu'elles. D'autre part, à travers certains documentaires comme *La soif du Monde* de Yann Arthus Bertrand (2012) en partie financée par l'Agence française de développement (AFD), ou encore certaines fictions cinématographiques telles que *Kinshasa kids* de Marc-Henri Wajnberg (2013) soutenue par Action contre la faim (Troit 2014 : 119). Mon malaise initial face à l'omniprésence de ces images m'a incitée à

interroger ce qui est en jeu autour de ces images de l'aide. Qu'est-ce qu'elles représentent pour les organisations non-gouvernementales (ONG)? Qu'est-ce qu'elles véhiculent comme imaginaires ?

Aussi, j'ai remarqué des citoyen.nes ou groupe militant questionnant ces campagnes d'affichage public d'ONG, particulièrement depuis 2016. C'est notamment le cas du collectif Afroswiss qui a publié un communiqué de presse s'opposant à la campagne d'affichage d'Helvetas lancée en 2016 dont voici un extrait :

« Nous, citoyennes et citoyens, heurté.es par la vue, parfois quotidienne, de cette campagne que nous jugeons insupportable, prenons les devants pour vous faire entendre, au-delà de notre exaspération et colère, raison. »¹ (07.11.16)

Le blogueur Mulunda Wetu-Muka a également publié une lettre ouverte dans laquelle il accuse ces campagnes d'affichages de « penser l'homme noir comme un être arriéré qui a besoin de la main du Blanc pour le redresser et le rendre plus humain ou moins sauvage » (2016).

Ces réactions publiques m'ont poussée à creuser les critiques faites à la communication visuelle des ONG. J'ai ainsi découvert des auteur.ices plus ou moins critiques de ces images de l'aide², notamment de la « figure de la victime humanitaire ». Constatant l'existence de telles critiques depuis plusieurs décennies et afin de m'ancrer dans une démarche anthropologie compréhensive, j'ai choisi de ne pas réduire mon analyse aux problèmes identifiés de la communication visuelle des ONG. Je me suis dès lors intéressée à ce qui se passe actuellement pour des acteur.ices de l'aide en Suisse autour de la communication visuelle : Qu'est-ce qu'iels pensent de ces images ? Quelles questions ou difficultés soulèvent-elles pour elleux ?

¹Communiqué de presse publié le 7 novembre 2016. Source : <https://collectifafroswiss.wordpress.com/2016/11/15/lettre-ouverte-a-helvetas/> consultée le 10.01.25

² Cf. sous-chapitre « Délimitation de mon objet d'étude et définitions ».

Durant un stage dans une fédération cantonale de coopération au développement³ de septembre 2022 à février 2023⁴, j'ai ensuite découvert l'existence de chartes « éthiques » visant à améliorer les pratiques de communication visuelle des ONG, de même que la mise en place de formations sur les images de l'aide, dont une animée par un cabinet spécialisé. J'ai de ce fait décidé de me concentrer sur ces outils comme objet d'étude me permettant de mieux appréhender ce qui se joue autour de ces images de l'aide pour les personnes rencontrées durant mon terrain.

Pour approcher ces deux outils mis en place face aux problèmes identifiés de la communication visuelle des ONG, je vais tout d'abord contextualiser celle-ci afin d'explicitier son importance et la centralité des images dans ses stratégies. Ensuite, je proposerai une revue de la littérature présentant l'émergence des « problèmes » identifiés en lien avec ces images de l'aide. Puis, je donnerai un aperçu de mon terrain en présentant mes méthodes de récoltes de données ainsi que les réflexions m'ayant accompagnées dans cette enquête. À la suite de cela, j'introduirai les cadres théoriques mobilisés pour l'analyse, pour finalement présenter mon analyse : dans un premier temps, je mobiliserai la notion émique d'« image éthique », pour chercher à comprendre comment les chartes ainsi que les acteur.ices présent.es lors des formations définissent cette notion. Dans un deuxième temps, je questionnerai dans quelle mesure les enjeux transversaux de la globalisation néolibérale et du régime de représentation racialisé impactent le processus de fabrication des images de l'aide impactent et la manière dont ces outils sont pensés. Je conclurai ce travail en proposant une ouverture sur la potentialité de redéfinition du statut de ces images.

³Plusieurs cantons romands ont une fédération de coopération au développement qui regroupe diverses organisations actives dans la coopération au développement. La fédération reçoit des fonds de divers bailleurs de fonds (ville, communes, Direction du Développement et de la Coopération, écoles, privés...) et finance ensuite les divers projets mis en place par les organisations membres (OM). Celle dans laquelle j'ai réalisé mon stage regroupe une vingtaine d'OM, son organe principal est le Secrétariat qui assure la coordination ainsi que des expert.es de la coopération travaillant bénévolement au sein des diverses Commissions (de l'information et de la communication, des finances et des projets) pour assurer l'accompagnement des OM dans la mise en place de leurs projets. Source : définition personnelle.

⁴ Cf. chapitre « Terrain et posture méthodologique ».

Contexte : quelles sont ces images et d'où sortent-elles ?

Je présente dans ce chapitre les facteurs expliquant l'importance grandissante des stratégies de communication pour les ONG et la place des images dans celles-ci. L'auteur en sciences de l'information et de la communication (SIC) K. Sékoune résume les principaux objectifs communicationnels poursuivis par les ONG :

« [...] *les organisations humanitaires communiquent pour faire le plaidoyer, interpellier sur des questions et situations concrètes, et pour mobiliser les moyens financiers nécessaires à leur fonctionnement.* » (2009 : 119).

L'autrice en SIC F. Carion explique qu'en raison de leur vocation non lucrative ces organisations doivent trouver les financements nécessaires à leur fonctionnement et développement (2010 : 31). Pour ce faire, de nombreuses organisations ont recours à des stratégies de communication similaires au *marketing* pour récolter des fonds.

Un changement historique radical explique la nécessité grandissante de ces stratégies pour les ONG. Premièrement il y a une multiplication du nombre d'ONG dès l'essor de l'humanitaire dans les années 1970. Selon la sociologue S. Klingberg, les interventions humanitaires lors de la guerre du Biafra (1967-1970, Nigeria) marquent l'ouverture d'une nouvelle conception de l'humanitarisme. Celle-ci se veut « autonome par rapport au pouvoir politique », elle est marquée par l'évolution du « sans-frontiérisme » (1998 : 34-36). Dans ce contexte d'érosion relative du pouvoir de l'État, de déclin du religieux et d'accroissement du rôle des individus et groupes privés en raison de l'accélération de la mondialisation des échanges, l'humanitaire monte en puissance. Aussi, selon l'autrice en SIC L. Ngouana, la démocratisation de l'accès à l'information dans les années 1980 participe à la complexification du champ de l'aide humanitaire et cette prolifération d'acteurs humanitaires (2020 : 463). Dès la fin des années 1990, les échanges de biens, produits financiers, services, expertise et moyens de communication à échelle mondiale se développent de façon fulgurante. En parallèle, la Banque Mondiale promeut le paradigme de la « bonne gouvernance » et ses « grassroots initiatives (initiative populaire) », faisant ainsi transiter l'aide au développement *via* les ONG ou des bureaucraties parallèles au cœur des États, ce qui renforce le court-circuitage de ces derniers (Li

Murray 2016). Les acteur.ices de l'aide revendiquent alors le passage d'une perspective de sauveur.euse envers des « victimes passives » à celle de partenaires envers des « bénéficiaires émancipé.es ». Ce paradigme, ancré dans l'idée de proximité avec lesdit.es bénéficiaires, engendre à nouveau, d'après les anthropologues E. Guillermet J. Pabion Mouriès et A. Edler, une profusion d'ONG sur les territoires d'intervention (2012 : 5).

Deuxièmement, les fonds publics alloués à l'aide sont en baisse depuis les années 2000⁵, ce qui amène les ONG à diversifier leurs sources de financement en faisant notamment appel aux entreprises, comme j'ai pu le constater durant mon stage avec des partenariats entre la fédération de coopération au développement dans laquelle je travaillais et deux entreprises. Cette baisse de fonds inquiétait d'ailleurs particulièrement les acteur.ices rencontré.es durant mon terrain, car la Direction du développement et de la coopération (DDC) avait « coupé » les fonds liés à la « communication » des organisations⁶, ce qui engendrait des complications pour « les organisations membres » ainsi que les fédérations (04.10.22, carnet de terrain).

Enfin, dans ce contexte concurrentiel et incertain financièrement, les ONG traversent actuellement selon Ngouana une « crise de la légitimité » (2020 : 456). Elle définit la légitimité comme « se gagnant au prix d'efforts et sur le long terme, se perdant souvent rapidement, et se manipulant, se construisant, voire se négociant » (Pétrin et Gendron 2003 : 8 cité par *ibid.* 462). En prémisses, l'autrice soutient qu'aucune légitimité n'est acquise *ad vitam aeternam*. Ce qui est particulièrement inconvenient pour les ONG, car en raison de leurs besoins de dons, la moindre déstabilisation de leur légitimité constitue un risque. D'après Ngouana, le public soulève de nombreux questionnements vis-à-vis des organisations, tels que : leur instrumentalisation par divers acteurs (politiques, bailleurs de fonds, etc.) ; les effets pervers de leurs interventions ; les

⁵ Par exemple en Suisse, en effet récemment (13.11.24) la commission des finances du National a voté pour réduire le budget de la coopération internationale de 250 millions de francs pour le budget 2025, et d'augmenter celui de l'armée de 530 millions de francs. Source : <https://www.swissinfo.ch/fre/geneve-internationale/les-coupes-annonc%C3%A9es-dans-laide-internationale-font-craindre-pour-les-plus-d%C3%A9munis/88128861> consultée le 17.12.24.

⁶ Je n'ai pas accès à tous les enjeux, ni le tenants et aboutissant, en raison de ma position de stagiaire alors limitée, mais en regroupant des informations il me semble que c'était en raison de mobilisation, par une fédération cantonale de coopération, de fonds destinés à la « communication » pour soutenir des démarches liées à l'initiative des multinationales responsables (cf. notes carnet de terrain 12.11.22).

distorsions liées à la bureaucratisation ; les critiques de l'industrialisation de l'aide (*ibid.* 464) ; la conformité de leur gestion à leur éthique institutionnelle ; leur gouvernance ou encore l'usage des fonds récoltés (*ibid.* 455). Quels éléments contextuels expliquent cette constante remise en cause de la pertinence et de l'efficacité des ONG ? A. Dontaine justifie ces questionnements car les ONG n'ont « aucune représentativité quantifiable » et n'émanent d'aucun « processus démocratique de désignation ». Or selon lui, « représentativité et légitimité sont fortement liées » et c'est leur manque de fondement représentatif démocratique qui expliquerait la fragilité de leur légitimité (2017 cité par *ibid.* 463). De surcroît, Ngouana indique que cette « crise de la légitimité » est liée à la crise plus générale du « capital confiance » des organisations, qui dépend de la façon dont elles sont perçues et de la confiance qu'elles inspirent aux diverses parties prenantes (bailleurs de fonds, public, etc.). Ce « capital confiance » peut être fragilisé selon elle par des scandales médiatiques, tel que celui des agressions sexuelles chez Oxfam⁷ qui a engendré l'adoption d'un nouveau critère éthique officiel par l'ONG, celui d'un « comportement éthique fidèle aux objectifs et valeurs de l'ONG ».

La légitimité d'une ONG est donc relative aux contextes socioculturels, politiques et économiques car elle est soumise aux variations des normes basées sur des critères éthiques et moraux d'une société (*ibid.* 468). Elle est également multidimensionnelle, puisqu'il faut à la fois crédibiliser le projet humanitaire dans sa globalité, l'existence et l'exercice d'une organisation, les principes et valeurs portés par celle-ci, la cause qu'elle défend, ses modalités d'action ainsi que son expertise sur certaines thématiques (*ibid.* 471-474).

Dans ce contexte, où les ONG se multiplient, évoluent dans un environnement concurrentiel et font face à une crise de la légitimité, leur stratégies de communication sont centrales. Parmi la diversité de stratégies disponibles, comment la communication des ONG du système de l'aide internationale s'est-elle peu à peu centrée sur les images ? Je vais explorer cette question dans le prochain sous-chapitre et proposer des clefs de compréhension historiques expliquant l'importance de ces images pour les organisations.

⁷ Pour plus d'informations voir l'article de la BBC « Oxfam : UK halts funding over new sexual exploitation claims » (07.04.21). Source <https://www.bbc.com/news/health-56670162> consultée le 16.09.24.

Relation image-aide

Afin d'avoir un aperçu assez général des évolutions liées à la place des images dans l'aide internationale, je propose de mobiliser la périodisation de la relation entre le domaine de l'aide et les images proposée par Troit (2014 : 120). Ces périodes sont les suivantes : l'ère argentique (1950-1960), l'ère médiatique (1970-1980), l'ère numérique (1990-2000) et l'ère conversationnelle (dès 2010)⁸. Cette périodisation est toutefois à prendre avec du recul car elle n'est illustrée que par des exemples français, car les limites entre ces « ères » sont poreuses et car elles sont principalement liées au processus de technicisation de l'appareil photo.

Cette prévalence de la photographie s'inscrit dans la continuité d'autres moyens de communication qui ont précédé ce médium pour accompagner l'essor de l'humanitaire. G. Monnier, 1^{er} président de la Croix-Rouge, attribue les succès de l'aide au télégraphe (Troit 2014 : 121). Le directeur de Médecin sans frontières R. Brauman et al. abordent également le médium de la radio, qui raccourci le temps et les distances préfigurant selon eux l'engagement des médias quelques décennies plus tard comme initiateurs et opérateurs de l'aide humanitaire (1996 : 4-5).

Après la Seconde Guerre mondiale et les évolutions productivistes et techniques dans les usines, le secteur administratif des ONG en France introduit peu à peu l'usage de photographies (Troit 2014 : 121). Tout d'abord, ces photos sont utilisées pour illustrer des rapports annuels, puis à des fins de communication aussi bien pour renforcer la légitimité des organisations que pour récolter des fonds⁹. Dès 1965, le nombre d'images utilisées augmente considérablement en raison de la multiplication des ONG et des avancées technologiques du médium (*ibid.*).

⁸ Actuellement, on pourrait parler de l'ère des « intelligences artificielles », mais je n'ai pas trouvé d'auteurs traitant de ces nouveaux enjeux en lien avec le processus de fabrication des images dans le système de l'aide internationale.

⁹ Voir par exemple l'étude des usages de l'image par l'Agence Française de Développement et le Comité catholique contre la Faim et pour le Développement - Terre Solidaire (Troit 2014 : 121).

Brauman et al. identifient une « seconde révolution de l'information » dans les années 1970, où l'« utilisation du terme média supplante celui de presse » (1996 : 7-8). L'information passe alors de l'écrit à l'image et du temps différé à l'instantané. C'est le début de l'« ère



médiatique » (Troit 2014 : 124). Parallèlement à la création de Médecins Sans Frontières (1971), le public voit l'apparition de ce que Brauman et al. nomment le trio « médecin-victime-reporter » qui se prête parfaitement à la mise en scène photographique d'une « iconographie du geste » entre le Nord et le Sud (1996 : 7-8). Au niveau du marché de la photographie, les coopératives de photographes comme Magnum et les trois agences de presse Sygma, Gamma et Sipa font de Paris la « capitale du photojournalisme ». Ces agences partagent équitablement les frais et bénéfices entre leurs photographes et elles sont les premières à leur accorder le *copyright*¹⁰.

Fig. 1 : Nigeria, 1971 © Abbas
/ Magnum Photos

Les années 1980 voient l'importation en France du *marketing* direct américain par Médecins sans frontière. Les publicitaires sociaux initient alors de plus en plus de partenariats avec les ONG, construisant peu à peu « un lexique humanitaire universel » principalement élaboré sur la représentation d'une douleur affectant des victimes identifiées et secourues (Troit 2014 : 125). Troit constate l'« appropriation de « l'image du bien par le charity busines » (*ibid.*), autrement dit, l'image devient un outil central dans ces stratégies de communication importées du domaine marchand (Ngouana 2020 : 467). Ce faisant, la communication des ONG se professionnalise. De multiples entreprises se spécialisent notamment pour répondre aux besoins des organisations, par exemple *RMG Connect*, une agence spécialisée dans le *marketing* direct et présente dans plus de vingt-deux pays avec plus de neuf cents employés. Cette entreprise internationale travaille avec des clients tels qu'entre autres Médecin Sans Frontières, Unicef, WWF, Amnesty International, etc. Ou encore l'agence *Direct Social Communications* (DSC)

¹⁰ Source : <https://phototrend.fr/2017/10/histoire-agences-presse-gamma-sygma-et-sipa/> consultée le 06.12.23.

fondée en 1985 et au service de diverses associations telles que Médecins du Monde, Amnesty International, Handicap International, les Restos du Cœur, etc. Ces agences sont liées au monde entrepreneurial lucratif plus largement¹¹. Un nouveau secteur se structure autour de ce *marketing* caritatif, avec des agences, des bases de données, des centres d'appels, etc. Une « course aux images » se met en place, pour la survie, la croissance et la réputation de ces différents acteurs de l'aide et à cet effet d'autres techniques de récoltes de fonds plus sophistiquées font leur apparition tels que le *e-mailing*, le *street fundraising*, etc. À cette période, des festivals tels que « VISA pour l'image »¹² ainsi que de nombreux prix de photo humanitaires voient le jour et contribuent à officialiser cette catégorie d'« image de l'aide » mal définie (Troit 2014 : 128-129). de photos prises dans un contexte de photojournalisme et financées par des ONG voient même le jour.



Fig. 2 : Médecins sans frontières, 1981 (Tchad) © Dominique Faget / AFP

Puis, dans les années 1990, divers éléments expliquent la diffusion de plus en plus rapide de cette iconographie humanitaire. Tout d'abord, de nouvelles technologies numériques de communication se développent, dont la facilitation de duplication et de diffusion des photographies par le transfert entre supports techniques, par la conservation quasi infinie des fichiers et par la mise en ligne et la diffusion presque instantanée des clichés dans de multiples espaces numériques (Guillermet et al. 2012 : 2). De plus, les Nations Unies contribuent à la

¹¹À titre d'exemple, le fondateur de DSC P. Wouters a longtemps travaillé pour des entreprises de vente par correspondance (Bragard 2009).

¹²Dont la première édition est en 1989 (Troit 2014 : 128).

diffusion de ces images à travers la promotion des Objectifs du Millénaire. Et enfin, la généralisation des partenariats publics-privés et ONG-entreprises provoquent eux aussi une circulation sans précédent des images dans le système de l'aide (Troit 2014 : 126).

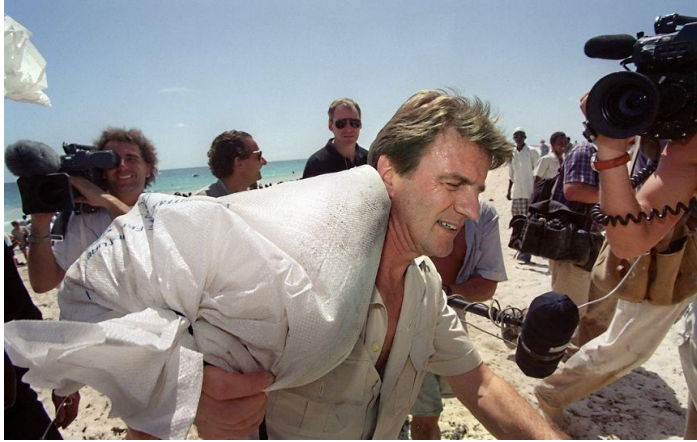


Fig. 3 : Bernard Kouchner, 1992 au nord de Mogadiscio (Somalie). © E. Feferberg / AFP



Fig 4 : Ouganda, 1995 © Paolo Pellegrin / Magnum Photos

Depuis les années 2000, avec l'essor d'internet, des téléphones portables et appareils photos compacts, l'usage des images se diversifie (*ibid.* : 120). Les outils numériques élargissent les représentations des relations Nord-Sud, mais n'engendrent, selon Troit, pas forcément de diversification des regards. En effet, dans un contexte de contraintes sécuritaires grandissantes, les ONG développent une certaine « culture du compromis » sur la prise de parole et l'utilisation d'images. Ceci favorise une « normalisation de l'iconographie », dans ce que Troit nomme une « mise en scène consensuelle d'une action humanitaire efficace et dépolitisée au secours d'une victime générique » (*ibid.* 128).



Fig. 5 : Des volontaires de MSF sont déployés à Tyr (Liban) après des bombardements d'Israël, 2006.

© S. Aranda / AFP

Plus récemment, l'auteurice remarque une « nouvelle ère visuelle humanitaire » dans laquelle « les images changent, se multiplient et sont multicentrées » (2014 : 119). En effet, depuis 2010, la circulation accélérée des images, facilitée par le web 2.0, les réseaux sociaux, les *smartphones* et la possibilité d'échanger des volumes de données de plus en plus larges, a modifié les usages que nous faisons de la photographie et de la vidéo (Bacchetta 2021 : 120). De plus, la diffusion d'images de catastrophes naturelles touchant tous les continents (par exemple : Haïti, Sandy, etc.), ainsi que les nouvelles plateformes de diffusion et la « globalisation de médias des pays émergents » permettent de plus en plus aux « personnes concernées directement » de s'exprimer (*ibid.* 129-130). Ces évolutions pourraient, selon Troit, annoncer une diversification de l'image de la « victime ». Je questionnerai cette hypothèse dans mon second axe analytique.

Pour résumer, l'image aux sens propre comme figuré est devenue un enjeu crucial pour les ONG. Les ONG évoluent dans un contexte concurrentiel pour la recherche de fonds, dans un cadre d'évolution néolibérale du contexte économique liée à la Banque Mondiale et au Fond Monétaire International, ce qui les amène à diversifier leurs sources de financement ainsi qu'à déployer d'importantes stratégies de communication. La prévalence des images dans leurs stratégies de communications s'explique par plusieurs facteurs. Dans les années 1960, la photographie argentique est rapidement utilisée pour illustrer l'efficacité de l'aide au

développement, mettant en lumière les progrès permis par les dons et les financements de l'aide publique au développement. Avec l'émergence de l'image instantanée dans les années 1970, un tournant médiatique se produit avec des images électroniques rapidement transmises et plus accessibles, accompagnent la mise en place d'une action humanitaire axée sur l'émotion et l'immédiateté (Brauman et al. 1996). Au cours des années 1980, l'influence du *marketing* direct transforme la communication des ONG. Tout un secteur professionnel se structure autour de ce *marketing* caritatif, conduisant à la standardisation d'un lexique humanitaire autour d'une mise en scène consensuelle d'une action humanitaire au secours d'une victime générique (Troit 2014). Les nouvelles technologies numériques développées dans les années 1990 accélèrent la diffusion de cette iconographie humanitaire. Dès les années 2000, l'essor d'Internet et des appareils portables diversifie l'usage des images, mais la culture sécurisante grandissante contribue à uniformiser davantage cette iconographie. Finalement, à partir de 2010, l'avènement du web 2.0, des réseaux sociaux et des *smartphones* permettent une circulation encore plus rapide et des échanges de volumes plus larges, modifiant ainsi encore les usages de la photographie et de la vidéo (Bachetta 2021 : 120). Ainsi, à travers les décennies, les transformations économiques, géostratégiques ainsi que les avancées technologiques liées à ce medium photographique ont non seulement facilité la production et la diffusion des images humanitaires, mais elles ont également accompagné le développement d'une nouvelle forme d'humanitaire centré sur une iconographie uniformisée du geste entre le Nord et le Sud global.

Toutefois, malgré la professionnalisation et la technicisation des stratégies de communication des ONG engendrant une certaine uniformisation des figures représentées sur ces images des années 1970 à 2000, celles-ci évoluent.

Évolution des images de l'aide

L'uniformisation de l'iconographie de l'aide centrée sur une figure de « victime humanitaire secourue » abordée ci-dessus ne doit pas invisibiliser les changements inévitables traversants ces images. Mon objet d'étude, soit les chartes et formations mises en place face aux problèmes dans la communication visuelle des ONG, rend d'ailleurs compte du caractère dynamique de cette iconographie et des pratiques communicationnelles l'entourant.

Dans leur livre *Place et rôle de la communication dans le développement international* (2006) J.P. Lafrance, A. Laulan et C. Rico de Sotelo distinguent trois modèles communicationnels du développement. Iels désignent tout d'abord le « paradigme modernisateur », avec des communications linéaires du haut vers le bas, axées sur l'individu au détriment des inégalités structurelles et s'appuyant sur les médias de masse, d'après l'auteur en SIC G. Pelachaud qui commente cet ouvrage (2008 : 254). À cette période, une collection argentine de l'AFD¹³ couvrant des pays d'Afrique de l'Ouest, des territoires d'outre-mer et de l'océan Indien, laissent transparaître un cadrage centré sur les symboles de croissance (visites officielles des autorités, inauguration, infrastructures, etc.) et sur les projets documentés *a posteriori* afin de montrer les changements opérés grâce aux dons et ainsi « illustrer une industrialisation de l'Afrique, de la modernité du développement » (2014 : 121-122). Ce paradigme fait écho aux théories de la modernisation en sciences sociales, qui, d'après l'anthropologue A. Escobar, cherchent dans les années 1950-1960 à développer les sociétés à travers une combinaison de capital, de technologie et d'actions étatiques (1995 : 4).

Au sein de ce paradigme communicationnel « modernisateur », les représentations de « croissance » et d' « industrialisation » des territoires d'intervention s'accompagnent de mises en scène du geste des « aidants », distingués dans ce cas par leur blouse, envers des « aidé.es » (cf. Fig. 6, 7). Cette mise en scène dénote une nouvelle action humanitaire axée sur l'émotion et l'immédiateté (Brauman et al. 1996).



Fig. 6 : « Ce qu'offre MSF », (pays et dates inconnus). © (inconnu) / MSF

¹³ Selon le chargé de missions *Histoire et réflexion stratégique* chez AFD en mars 2012 (Troit 2014 : 122). La collection n'est pas sourcée dans l'article en question et je ne l'ai de ce fait pas retrouvée pour la présenté ici.



Fig. 7 : dos du programme de (ONG) 2017-2020 (pays et dates inconnus). © Pierre-W. Henry / (ONG)

Ensuite, les auteur.ices parlent du paradigme de la « dépendance », qui souhaite mettre en avant la « conscientisation et l’empouvoirement des pays du Sud » (*ibid.* : 263) en partant d’une remise en cause du paradigme modernisateur (*ibid.* : 268). Ce modèle dans la communication du développement est influencé par les théories de la dépendance qui analysent alors le développement en tant qu’idéologie dominante, pour le détourner du capitalisme et tendre vers un développement de type socialiste (Rist 1996 : 195). Durant cette période, les acteur.ices de l’aide revendiquaient le passage d’une perspective de sauveur.euse envers des « victimes passives », à celle de partenaires envers des « bénéficiaires émancipé.es » (Guillermet et al. 2012 : 258). Cette empouvoirement est principalement manifesté dans les images de l’aide par la présentation de personnes « souriantes », « actives », voire dans des formes de renversement des rôles comme cette image mettant en scène une petite fille occultant une médecin (cf. Fig. 8). Ces stratégies de représentations, ressortent fortement de mes données et je les aborderai plus particulièrement dans mon analyse.



Fig. 8 : « Découvrez les avantages du marketing solidaire » (pays et dates inconnus) © Yann Libessart / MSF



Enfin, les auteur.ices présentent le paradigme du « nouveau développement » dans la communication du développement, lié à l'émergence des paradigmes de la « participation », du « co-développement » et du « développement durable » dans le système de l'aide (2006 cité par Pelachaud 2008 : 265). Dans ce contexte, la communication du développement apparaît comme une démarche préconisant une participation active des populations bénéficiaires, mises au centre (*ibid.* : 258) (cf. *Fig. 9*).

Fig. 9 : Couverture du programme stratégique 2021-2024 de (fédération) (pays et dates inconnus). © (inconnus)

Selon Lafrance et al., ces changements de paradigmes communicationnels du développement se manifestent dans les images avec un « passage progressif du patient (modernisateur) à l'utilisateur (dépendance), puis au citoyen (nouveau développement) » (2006 cité par Pelachaud 2008). Cependant, en me basant sur les images observées durant mon terrain, bien que la « figure de la victime » n'y soit plus prévalente, les images continuent globalement de mettre en scène des personnes auxquelles on attribue une forme de vulnérabilité voire de souffrance, état qui justifie l'action de l'ONG en question et légitimise ainsi la récolte de dons de la part de celle-ci. Comme le souligne une donatrice avec qui je discutais de mon mémoire « Moi si je vois que des enfants souriants [sur une image] je ne vais pas donner mon argent » (octobre 2024). Toutefois, pour éviter de tomber dans le stéréotype misérabiliste, ces personnes sont à présent souriantes (cf. *Fig. 8*). Cette stratégie ressort également de mes données et je l'aborderai dans mon analyse.

L'autrice en média et communication L. Chouliaraki soulève précisément les continuités dans cette communication. Elle explique premièrement comment ces images sont passées d'une « représentation objective de la souffrance »¹⁴, comme séparée de nous et invitant à contempler

¹⁴Traductions personnelles.

la condition d'autrui à distance, vers une « représentation subjective de la souffrance » comme inséparable de nos « vérités » et nous incitant à contempler notre propre condition. Autrement dit, ce changement épistémique dans la communication de la solidarité indique, selon elle, le passage d'une solidarité « orientée vers l'autre » sans rien attendre en retour et relevant de notre humanité commune, à une solidarité « orientée vers soi » où faire du bien dépend de « ce que je ressens » et doit être récompensé par des gratifications (2012 : 5). C'est le retrait de la « structure théâtrale de la solidarité » (cf. Fig. 6-7), vers une rencontre entre le public occidental et les « autres vulnérables » qui sont « des gens comme nous » (*ibid.* 6-7). Dans les images que j'ai pu recueillir, je constate que les légendes indiquent parfois ce changement épistémique particuliers de la notion de solidarité, telle que la légende « Il a besoin de vous » (cf. Fig. 10) qui interpelle directement la personne se trouvant face à cette image. De plus, les photographies d'enfant, évidemment dépendant de soins externes et jouissant d'une présomption d'innocence, permettent de transcender les différences apparentes entre « nous » et l' « Autre » et par là les effacer (Guillermet et al. 2012 : 6).



Fig. 10 : « Il a besoin de vous ! » couverture d'une brochure du UNHCR (pays et dates inconnus). © Diego Ibarra Sanchez / UNHCR

Ou encore cet exemple particulier d'une affiche reflétant cette représentation subjective de la solidarité : le public, pouvant se voir littéralement dans l'affiche, se retrouve mis en perspective face aux situations de précarité et la légende « la précarité au visage la solidarité aussi » enjoint le public à réfléchir sur sa propre condition, comme moteur pour faire preuve de solidarité.



Fig. 11 : « La précarité a un visage. La solidarité aussi. » campagne du CSP (pays et dates inconnus). © Tuana Ward.

Malgré ces évolutions, Chouliaraki considère la continuité de cette communication nommée « humanitaire », ou « de développement » ou encore « de solidarité » dans son ensemble qui, peu importe ses changements, demeure le vecteur d'un « impératif solidaire ». En effet, d'après l'auteurice cette communication a incorporé une série de revendications altruistes distinctes, depuis la tradition religieuse ou du soin envers l'étranger dans le besoin, aux exigences laïques de protection des droits. Ces revendications, malgré leurs différences, ont contribué créer un ordre moral relativement cohérent qui définit notre époque comme une « civilisation empathique » (Rifkin 2009 cité par Chouliaraki 2012 : 4). Cette continuité s'explique selon moi en partie en raison de la limite de toute théorie mono-paradigmatique, desquelles sont imprégnés ces paradigmes de communication du développement. En effet, bien que les critiques de l'approche modernisatrice mettent en lumière les rapports économiques inégaux ou encore l'exclusion des voix des bénéficiaires de l'aide, selon Guillermet et al., les acteur.ices de l'aide peinent à réellement adopter cette perspective émancipatrice dans leurs campagnes (*ibid.* : 5). Les limites de ces transformations seront explorées notamment dans le second chapitre analytique de ce travail.

En substance, les images de l'aide sont traversées par diverses évolutions, notamment le passage de la représentation d'une image de « victimes passives » à une représentation de « partenaires émancipés ». Toutefois, malgré ces évolutions paradigmatiques qui restent

limitées dans la pratique, ces images continuent de mettre en scène un rapport de « solidarité » du public du Nord global envers l' « autre vulnérable » (Chouliaraki 2012).

Dès lors que l'importance de la communication des ONG, que la centralité des images dans celle-ci et que leurs évolutions et continuités sont contextualisées, j'adresserai brièvement leur processus de fabrication dans le prochain sous-chapitre, concluant ce premier chapitre.

Processus de fabrication des images de l'aide

La communication, centrée sur les images, est indispensable aux ONG afin d'assurer le financement de leurs actions, ainsi que pour augmenter leur visibilité, leur notoriété et leur crédibilité (Dauvin 2010 : 8). Dans cette optique, quelles stratégies concrètes sont mises en place par ces organisations ? Carion en distingue quatre catégories (2010 : 6) : les stratégies médiatiques, concrétisées par des événements médiatiques avec le recours à des personnalités et par les messages publicitaires ; les communications de l'ONG directement destinées au public, se faisant principalement au travers des *mailings* ; les stratégies de *lobbying* ; et enfin les tactiques mises en œuvre pour collaborer avec le monde marchand, tel que le *sponsoring*. L'autrice démontre que les stratégies de communication des ONG sont diverses, complexes et toujours centrées sur les images (*ibid.*). Mais d'où proviennent ces images ? Quel est le processus de fabrication de celles-ci ? En regroupant les éléments de contextes et témoignages des acteur.ices rencontrés durant mon terrain, je propose un bref aperçu de ce procédé complexe que je divise en quatre étapes : la conceptualisation des images, la situation de prise de photographies, le traitement des images et leur diffusion.

Premièrement, il y a la « conceptualisation » de l'image, englobant les décisions prises en amont au sein de l'organisation, voire de l'équipe de communication s'il y en a une. Cette étape comprend : conceptualisation d'une campagne, le choix du/ de la photographe, la rédaction d'un *briefing* pour ces derniers ainsi que pour le personnel local chargé de « trouver » les protagonistes. Qui encadre la conceptualisation de ces images et qui prend les décisions relatives à celles-ci ? Les divers.es acteur.ices employé.es par l'ONG n'ont pas les mêmes niveaux d'influence sur ces décisions et je constate certains conflits à travers par exemple le témoignage de désaccords internes quant au choix d'une image (12.06.23). Les contraintes budgétaires et

temporelles influencent directement ces prises de décisions, mais également parfois les attentes d'acteurs externes à l'ONG, comme l'exemple d'un conflit existant depuis plusieurs années entre une agence de communication et une grande ONG Suisse cliente de celle-ci¹⁵.

Dans le cas d'un mandat, venant donc d'une ONG de taille assez importante, le *briefing* prend la forme d'un *storyboard*, avec une protagoniste principale, comme me l'a expliqué Julia lors de l'un de nos entretiens :

« [...] avec les ONG, nous on reçoit un briefing et toute la mission elle est planifiée, après normalement tu as une protagoniste principale, je t'avais expliqué par exemple la femme qui va sur son champ, et maintenant elle fait la récolte, et maintenant elle va à la coopérative et tu dois faire chaque steps, comme dans un comic quoi. » (30.06.23)

Elle distingue ensuite les divers types de mandat potentiellement requis lors d'un même voyage. Dans ce cas, la prise de photographies pour le magazine d'une ONG ou pour une campagne de recherche de fonds :

« Avec [nom du magazine d'une ONG] je suis un peu plus libre, mais [...] c'est pas très libre non plus, j'veux dire, déjà tu as un délai de temps très short donc c'est pas comme si tu pouvais aller sur place et décider sur le moment ce qui serait important. Mais tu as quand même plus de liberté, c'est moins précis que le fundraising où parfois tu reçois même des dessins de storyboard, c'est vraiment comme si je travaillais pour .. pour une pub! » (30.06.23)

Les protagonistes semblent quant à eux majoritairement exclus de ce processus de décision-crédation, tout comme le personnel sur place chargé de sélectionner ces dernières. Parfois aucun.e photographe n'est mandaté.e et il est alors fréquent que les personnes en charge de la communication, voire les président.es de l'ONG profitent d'un voyage sur place pour prendre quelques clichés.

¹⁵ D'après un témoignage confidentiel : l'approche visuelle de l'ONG ne correspondait pas aux attentes de l'agence de communication chargée du magazine. Celle-ci hésite à stopper ce contrat, en raison justement des divergences trop importantes au sujet de ces images et de la manière dont le magazine est pensé par l'ONG.

Deuxièmement, l'étape de la « prise de photographie » peut se dérouler principalement de deux manières : informellement, avec une annonce aux personnes présentes qu'il y aura quelques prises de photographies et qu'ils peuvent se retirer s'ils ne sont pas confortables ; ou plus formellement, avec des protagonistes et des lieux présélectionnés, voire la présence d'une équipe en communication, comme le déroulement de l'expérience de Julia :

« aussi déjà tu es une petite équipe sur place et souvent moi j'ai eu des missions ou j'étais qu'avec une personne de l'extérieur et le reste c'était des collaborateurs sur place. Souvent quand c'est des plus grandes missions après il y a aussi des gens du fundraising qui sont là, pour assurer que tu fais leurs [...] donc ça je trouve un peu moins confortable »
(30.06.23)

Dans le cas d'un mandat pour une large campagne d'appel aux dons, il y a toujours un.e collaborateur.ice local.e ou coordinateur.ice régional.e chargé.e de chercher les protagonistes sur place. Cette personne a une marge de manœuvre limitée en raison de sa position d'employé d'après Julia :

« Par exemple [...] il y a Ibrahim sur place qui travaille pour [Nom de l'ONG] et qui est chargé de trouver la bonne protagoniste et de clarifier toutes ces choses (par ex. les conditions de prises de l'image, les questions de consentement) avec la protagoniste, mais qui sait ce qu'il dit vraiment à cette femme et dans quelle position il est vraiment ! Son salaire est payé de l'ONG, il sait que tout le monde est sous pression pour faire marcher cette mission, son boulot c'est de s'assurer que tout se passe bien, évidemment il sait que c'est pas dans l'intérêt de [Nom de l'ONG] de revenir 3-4 fois parce que cette protagoniste est pas d'accord parce qu'il lui a bien expliqué ce qu'il se passe tu vois. » (30.06.23)

Elle évoque donc la position complexe dans laquelle ce collaborateur peut se trouver entre les protagonistes et l'ONG. Par ailleurs, la marge de manœuvre des photographes mandaté.es semble plus grande que celle des employé.es. Dans l'extrait suivant, Julia explique qu'elle est écoutée par l'ONG si elle ne souhaite pas travailler avec le/la protagoniste proposé.e :

« Ce que font [Nom de l'ONG] et j'apprécie, tu as toujours ce moment où le photographe fait connaissance [avec] la protagoniste, si je vois qu'elle est pas bien, que ça marche pas, qu'elle est pas confortable devant l'appareil j'ai le droit de le dire et il faut changer. Mais

là il faut toujours le dire de manière délicate pour pas que la personne croit "oh j'ai échoué je fais plus partie du projet" [...] et ça j'ai le droit de faire et je l'ai beaucoup fait ! Quand je vois cette personne vraiment mal à l'aise où je crois qu'elle a été un peu forcée dans ce job [...] mais moi j'ai jamais eu l'impression qu'on (l'ONG) ne m'écoute pas, il y a toujours eu la place pour (que je puisse dire si) moi je trouve que ça joue pas du tout avec cette personne ... » (30.06.23)

En plus de cette possibilité d'accepter ou non les protagonistes, le ou la photographe a également des stratégies de sélection dès la prise d'image (Guillermet et al. 2012), due aux « décisions nécessaires » (DN) dont traite le philosophe et photographe J. Benovsky dans son livre *Qu'est-ce qu'une photographie ?* (2010). Elles signifient les choix que les photographes font lors de la prise de toute image : l'ouverture, la vitesse et la longueur de focale (2010 : 26). Julia explique faire ensuite un autre choix, une sélection parmi les images prises lors de laquelle elle élimine celles qu'elle considère « trop problématiques » même si parfois elle sait que « ça plairait à l'ONG et ça marche avec le briefing » (30.06.23).

Enfin, en contraste à ses propres marges de manœuvre, elle me fait part du rôle et des possibilités d'agir plutôt restreinte qu'elle constate pour les protagonistes :

« [...] elle a si peu de moyens de se défendre ! Parce qu'ils vont pas oser dire aux coordinateurs, parce que souvent c'est des gens tu vois, si ils sont bénéficiaires, c'est que par exemple Ibrahim c'est lui qui visite le village régulièrement, et eux ils savent que s'ils veulent un puit il faudra passer par lui ! Donc logiquement cette femme elle ne va pas être en position de pouvoir de dire à Ibrahim je ne fais pas ce qu'on me demande ! Elle n'a pas vraiment sa liberté ! » (30.06.23).

Je n'ai pas de données empiriques directes sur ces situations, mais dans des chartes visant explicitement à minimiser les « rapports de pouvoir inégaux » tout en accentuant la question de consentement informé, certains éléments sont d'ailleurs explicités dans les chartes quant à ce différentiel de « pouvoir » évoqué par Julia¹⁶ : le contrôle du début et de la fin de la situation

¹⁶Comme il n'y a pas de définition consensuelle des champs sémantiques liés aux « rapports de pouvoir », je tente une interprétation sur ce que ces chartes et mes interlocuteur.ices ont en tête en mobilisant ces termes, ainsi que les enjeux de pouvoir potentiellement non-explicités dans ces situations.

qui est aux mains du/de la photographe ; la langue parlée qui sera nécessairement maîtrisée par le/la photographe et souvent pas par les personnes photographiées ; la question de la légitimité de cette entreprise de production d'image, etc.

Troisièmement, les stratégies de sélection se poursuivent lors de l'étape du traitement des images. Durant celles-ci, les personnes photographiées et les photographes ne peuvent plus réagir (Guillermet et al. 2012 : 4). N'ayant pas eu l'occasion d'observer le fonctionnement interne d'une ONG, je n'ai pas de données directe, mais ces décisions me paraissent plutôt informelles, au vu des propos des participant.es aux formations. Une participante souligne par exemple que « pas tout le monde n'a son mot à dire » dans le processus décisionnel entourant ces images et leur traitement. Par ailleurs, elle nous confie ne pas avoir apprécié une image qui a pourtant été publiée par l'organisation l'employant (12.06.23). Aussi, plusieurs membres d'ONG expliquent devoir simplement utiliser les images de « bonne qualité » s'il y en a, car elles sont plutôt rares (28.01.23). Cette étape du traitement des images concerne donc spécifiquement les ONG possédant une large base de données d'images à disposition.

Quatrièmement, concernant l'étape d'exploitation et de diffusion des images, s'il arrive qu'une autorisation d'utilisation soit demandée dans les pays ayant un cadre juridique relatif au droit à l'image, c'est loin d'être la norme dans les pays du Sud (Guillermet et al. 2012 : 5). Dans le cas où il existe une notice expliquant le contexte d'exploitation de la photo, elle n'explicite pas quel en sera le traitement, ce qui laisse toute liberté à celui ou celle qui possède le droit de propriété intellectuelle (*ibid.*). J'ai pu observer durant mon terrain l'existence de bases de données regroupant toutes les photos, et parmi lesquelles l'ONG peut en choisir une pour la publier, ce que Julia décrit également dans cet extrait, :

« [...] mais après ils ont toutes ces photos dans un grand archive et ils s'en resservent à tout moment; donc clairement après les photos sont aussi décontextualisée, ils vont par exemple toujours laisser le vrai nom de la personne, mais si dans deux ans, je sais pas, ils font une campagne et ils regardent dans les archives en se disant attend on a besoin d'une femme dans un de nos pays d'Afrique de l'Ouest où on travaille... il faut que cette femme soit tel et tel critère et que la photo ait tel et tel critère, ils mettent ça dans les research et ça te crache une image et ils vont l'utiliser hors contexte. » (30.06.23)

Revue de la littérature : qui traitent de ces images et comment ?

Dans ce chapitre, je propose une revue de la littérature ciblée sur les questions de communication visuelle du système de l'aide afin d'explicitier plusieurs approches, présenter la cristallisation de certains débats et comment cela a influencé la manière de penser mon objet d'étude. Qui approche cet objet d'étude et dans quel ancrage disciplinaire se situent-ils ? Comment émergent les questionnements éthiques liés à ces images ? Qu'est-ce qui est critiqué ou identifié comme problématique dans la communication visuelle des ONG ? Quelles sont les solutions prônées ? Cette revue de littérature est divisée en deux catégories principales, en regard des intérêts sous-jacents aux diverses disciplines ainsi que des échelles d'analyse induites : dans un premier temps, je vais présenter des approches critiques des représentations et imaginaires renforcés par ces images, comme des rapports de pouvoir qu'elles reproduisent. Dans un second temps, je vais proposer des approches ancrées dans la recherche plus appliquée, qui cherchent à améliorer la communication visuelle des ONG, soit à rendre ces images plus éthiques en conciliant des impératifs économiques avec des valeurs revendiquées.

Approches critiques des images de l'aide

Comme évoqué dans le chapitre précédent, l'essor des organisations humanitaires dans les années 1970 est accompagné de nombreuses critiques dans les débats publics et dans le domaine scientifique (Brauman et al. 1996 : 10). Cela se poursuit dans les années 1990, avec la polémique grandissante sur la double question de la surmédiation et de la dépolitisation de l'action humanitaire (*ibid.*). Puis, dans les années 2000, la pertinence, l'efficacité et les modalités d'action de l'humanitaire sont toujours régulièrement questionnées (Fassin 2010 ; Thomas 2013 ; Matheson Miller 2014 cités par Troit 2014). Enfin, les critiques ciblées sur les questions de communication visuelles des ONG fleurissent particulièrement durant l'« ère numérique » qui exacerbe certains enjeux existant depuis l'« ère argentique » (Guillermet et al 2012 : 1). Dans ce sous-chapitre, je mettrai en avant des références régulièrement citées, de même que certaines voix m'ayant spécifiquement aidé à penser mon objet d'étude.

De manière générale, les écrits traitant des questions d'éthique et de photographie se réfèrent presque inévitablement à la collection *On photography* publiée par l'essayiste militante S. Sontag. Elle y considère l'imbrication complexe entre la photographie, les émotions et l'éthique, en critiquant particulièrement les photographies documentaires et le travail de Diane Arbus¹⁷ (1977 cité par Parson 2009 : 289). Sa démarche, souvent critiquée pour son intensité émotionnelle, ses contradictions internes et son manque de logique, reste tout de même pertinente selon l'assistante-professeure en histoire et théorie de la photographie à l'université de York (Toronto) S. Parson :

« (...) un effort courageux et passionné pour penser la photographie comme un médium affectif et efficace, pour comprendre comment et pourquoi elle nous impacte si profondément. (...) une tentative pour comprendre les implications morales du pouvoir des photographies provoquant de fortes émotions »¹⁸ (2009 : 290)

Sontag considère que l'image manipule nos émotions du fait de notre manque de connaissance pour faire sens de celle-ci (1997 cité par Parson 2009 : 292). Selon elle, les photos « redirigent rarement ce pouvoir émotionnel à des fins moralement utiles » qu'elle définit comme l'action humanitaire, mais engendrent au contraire « un détachement émotionnel ». Pour expliciter ce phénomène, Sontag conceptualise l'« image fatigue », qui est symptomatique de la surexposition aux images de la souffrance dans une société consumériste et qui pousserait les individus à se détacher de leurs émotions, minimisant ainsi leur indignation. En partant de ce constat, elle argumente pour une volonté politique de développer des connaissances nous permettant de faire sens de ces images (1977 : 168 cité par Parson 2009 : 293-294). Selon la critique d'art A. Solomon-Godeau, Sontag divise deux positions dans sa critique : celle de « insider (initié, interne) » et celle d'« outsider (étranger, externe) ». En effet, en contraste à

¹⁷ D. Arbus (1923-1972) est une photographe américaine, dont l'activité est concentrée à New York dans les années 1960. Elle photographie alors des personnages considérés comme hors-normes : des travestis, des personnes transgenres, des handicapés mentaux, des jumeaux, des personnes de petite taille, etc. Elle a par ailleurs photographié S. Sontag et son fils. Source : https://fr.wikipedia.org/wiki/Diane_Arbus consultée le 27.12.24.

¹⁸ Traduction personnelle.

Arbus qu'elle positionne en *outsider*¹⁹, elle salue le travail du photographe R. Avedon capturant son père mourant, car sa position d'*insider* lui permet « une relation morale différente au sujet », ce qui renforce la beauté de l'image (Sontag 1997 : 105 cité par Parson 2009 : 298). La question morale et les solutions qu'elle promeut sont liées à la mise en place de politiques permettant au public de mieux appréhender ces images ; ainsi qu'à la valorisation de photographes *insiders* ayant une réelle relation morale aux sujets. Cette première question de l'éducation du public est survenue à plusieurs reprises durant mon terrain et s'est cristallisée en deux positions principales : « il faut changer ces images et le public s'habituerà » (Julia, entretien du 30.06.23) ou au contraire « c'est les codes que le public comprend (...) c'est ce qu'il attend et c'est ce qui marche » (participant, formation du 12.06.23). Cette distinction entre *outsider* et *insider* imprègne également les outils que j'ai analysés, particulièrement la mise en avant des « *local creators* (photographes et vidéastes locaux) » par le cabinet spécialisé animant deux des formations observées.

Dans la continuité de cette collection, Sontag se concentre particulièrement sur la photographie de guerre dans son livre *Regarding the Pain of others* (2003). Notamment sur la différence entre les corps des victimes occidentales des attentats qui ne sont jamais montrés et les corps des victimes des famines ou des guerres post coloniales, qui sont systématiquement exhibés dans les magazines et appels de don des organisations humanitaires. Dans ce contexte, elle considère le fait de montrer la douleur des autres comme une stratégie d'avilissement (2003 cité par Vollaire 2018 : 5). Aussi, cette différenciation de traitement des corps des pays anciennement colonisés et anciennement colonisateurs se retrouve selon moi dans les images de l'aide observées durant mon terrain. En effet, sur la majorité des images représentant des protagonistes dans une région du Sud global figurent des personnes racisées²⁰. En contraste à cela, certains exemples de campagnes d'ONG dont les territoires d'interventions se situent en Suisse usent parfois de stratagèmes créatifs sans photographier les bénéficiaires des projets, tels

¹⁹Distinction actuellement nuancée grâce à la rétrospective de Arbus *Revelation* (2003) comprenant des lettres, des journaux, des fiches de contacts qui contextualise quelque peu sa pratique et permet d'y intégrer un sens relationnel entre l'artiste et certain.es sujets photographié.es (Parson 2009 : 300).

²⁰ Je développe ce choix de terme dans le sous-chapitre « Choix de l'objet d'étude et définitions ».

que l'exemple ci-dessous (cf. *Fig. 12*) ou encore cette campagne évoquée précédemment (cf. *Fig.11*).



Fig. 12 : Campagne de l'Armée du Salut, Neuchâtel 2023. Photo personnelle.

La pensée de Sontag est reprise par la philosophe C. Voltaire qui défend la thèse selon laquelle cette « mise en scène des corps souffrants, mutilés, affamés » (2018 : 1) a une fonction de démobilisation, dans un contexte où « les médias n'ont aucun intérêt à s'opposer ou critiquer le pouvoir en place » (*ibid.* : 4). Pour appuyer son argumentation, elle reprend les propos du critique littéraire et sémiologue R. Barthes dans *Mythologies* qui analyse la photographie de reportage comme un système de pouvoir médiatique : « le photographe a presque toujours surconstruit l'horreur qu'il nous propose, ajoutant au fait, par des contrastes ou des rapprochements, le langage intentionnel de l'horreur » (1957 : 626 in *ibid.* : 3). Cette « surconstruction » intentionnelle de l'image n'est, selon l'autrice, pas liée à la question de la manipulation, car « tout acte de production d'image est une manipulation ». Il est en revanche dû au fait que le sensationnalisme soit tel qu'il ne laisse plus de place à l'interprétation. Ainsi, « l'image n'a plus d'effet éducatif sur le public, mais un effet de dressage » (*ibid.*). Voltaire, tout comme Sontag, considère que ces images devraient révolter le public et engendrer une mobilisation collective (*ibid.* : 4). Ces critiques me permettent d'identifier et de situer l'émergence des questionnements sur « l'éthique » ou la « morale » de ces images. Cela va particulièrement m'intéresser dans mon premier axe analytique, dans lequel je questionne la notion « d'image éthique » dans les outils mis en place face aux problèmes identifiés de la

communication des ONG. De plus, on verra que ces questionnements sur le « pouvoir des images », leurs « implications morales » ainsi que les luttes pour leur interprétation imprègnent les discours et pratiques de certain.es acteur.ices observé.es.

Dans la continuité de ce regard critique sur les images violentes circulant dans les médias, le sociologue L. Boltanski publie *La souffrance à distance : morale humanitaire, médias et politique* (1993). Cet ouvrage fréquemment cité traite des « images de la souffrance » diffusées à travers différents supports tels que les reportages ou les œuvres fictions. Il critique ce « spectacle de la souffrance à distance » car il est selon lui lié à une « politique de la pitié », qui est une forme d'engagement basée sur l'émotion et la sympathie du public. Il prône au contraire une « politique de la justice », qui serait plus moralement acceptable et prendrait plutôt la forme d'une délibération, d'une argumentation visant à mobiliser les citoyen.nes dans un véritable engagement politique (1993 cité par Cardon 1994 : 123). La condition à ce véritable engagement serait, selon lui, que ces images provoquent « une parole tournée vers l'action » (1993 cité par Pisier 1994). Ici à nouveau, ce qui est considéré comme moralement acceptable est un engagement non pas fondé sur une réelle délibération. Cette morale semble – dans la continuité de Sontag et Voltaire – se définir en opposition à un détachement émotionnel désengageant et dépolitisant. Pour Boltanski, la sociologie devrait de ce fait considérer les émotions non pas comme des simples goûts des agents sociaux, mais comme des moments de bascule potentiels vers l'engagement. Ceci, dans l'optique de comprendre comment les images diffusées à travers ces divers supports nourrissent nos possibilités d'agir (1993 cité par Cardon 1994 : 125).

Dans cette continuité d'un regard critique sur les images de la souffrance, de nombreux.euses auteur.ices traitent particulièrement de la « figure de la victime » représentée dans ces images humanitaires. L'historien B. Hours publie notamment un recueil d'articles critiquant ce qu'il nomme les « victimes spectaculaires » :

« Ces victimes ne sont pas d'authentiques sujets. Ce ne sont pas des citoyens ou les sujets politiques d'un corps politique, tel que les nouveaux États. Leur triste qualité est d'abord celle de victimes, déplacées, lésées, exposées entre des factions, dans des États où la violence règne. Ils ont perdu leur qualité professionnelle de paysans, ou d'artisans, leur

appartenance sociale de villageois, leur inscription géographique et territoriale ; ayant tout perdu, ils ne sont que des victimes. » (1998 : 51)

En prémisses, il définit l'idéologie humanitaire comme reposant sur deux piliers : « l'universalité des droits de l'homme » et « la valorisation de la vie biologique et de sa durée comme mesure de la dignité humaine » (*ibid* : 47). Il aborde la question de l'« éthique » quelque peu différemment que les auteur.ices présent.és jusqu'à présent, dans la mesure où il considère que « l'idéologie soutenue par ces images est exploitée et gérée comme une marchandise du marketing émotionnel », éradiquant l'altérité et masquant des formes d'exploitations économiques émergentes dans une « dépollution symbolique morale » (*ibid* : 52-53). Cette approche historique m'a menée à traiter des enjeux liés à l'ancrage des organisations et leurs images dans la globalisation néolibérale dans le second axe analytique.

Il semble également important de souligner que – comme évoqué précédemment – la figure de la « victime humanitaire », bien qu'abondamment traitée dans la littérature, n'est pas homogène. En effet, comme on le verra dans les données ethnographiques récoltées et présentées dans ce travail, ces images de l'aide montrent plusieurs figures récurrentes et présentées comme particulièrement « vulnérables », que cela soit les femmes, les enfants, les personnes sans-abri, ou encore les réfugié.es. Prenons par exemple le professeur en sociologie et anthropologie sociale P.K. Rajaram (2002) qui, à travers l'étude de cas d'un projet d'Oxfam, soutient que les agences humanitaires – particulièrement les expert.es occidentaux.ales – représentent les réfugié.es en termes d'impuissance et que cette représentation dépolitisée et déshistorisée confinent ces dernier.ères à une masse physique muette et sans visage. Cet auteur explicite les problèmes liés à ces représentations réductrices et essentialistes, rejoignant les autres approches dénonçant la figure de la victime humanitaire. Dans mon second axe analytique, j'explorerai ces enjeux de dépolitisation et de non prise en considération des voix des personnes photographiées.

Les enjeux entourant la communication externe et interne des associations sont également largement abordés par les praticien.nes du domaine, tel que le directeur de Médecin sans frontières R. Brauman – évoqué précédemment – qui publie avec le journaliste R. Backmann un ouvrage critique sur les médias et le domaine humanitaire (1996). Dans celui-ci, abondamment

cité, ils déplorent le fait que le « bénéficiaire émancipé » du paradigme participatif, en vigueur dès les années 1990 dans le système de l'aide, soit réduit à une « victime écran » sur les images circulant dans le système de l'aide. En prenant l'exemple de la famine en Éthiopie, ils argumentent en faveur d'un passage d'une iconographie basée sur le registre de l'émotion et de la séduction, à celui de l'argumentation et du débat. Ces propos font écho aux revendications des auteur.ices présentés ci-dessus, quant à la nécessité d'une réelle argumentation délibérative.

Certaines publications ciblent également la communication de manière plus large et non les seules « images de la souffrance ». P. Dauvin, maître de conférence en science politique, publie notamment le livre *La communication des ONG humanitaires* (2010), dans lequel dix professionnel.les de la communication témoignent de leurs pratiques et analysent le discours humanitaire au regard de sa professionnalisation, des débats qu'il suscite ainsi que de son rapport ambigu au politique, notamment le fait que la communication soit considérée comme « le sale boulot » dans les ONG. Dauvin met toutefois également en lumière la dichotomie entre les figures de victime et de sauveur.euse sur les images de l'aide (*ibid.* : 22), ainsi que l'institutionnalisation de la communication humanitaire qui entraîne une professionnalisation du secteur (*ibid.* : 12), comme nous avons pu le constater dans le sous-chapitre « La relation image-aide ». Ces questions de professionnalisation et d'institutionnalisation du domaine de la communication au sein des ONG sont un enjeu central permettant de contextualiser la création de chartes pour améliorer la communication visuelle des ONG, ainsi que l'organisation de formations spécialisées sur le sujet.

Enfin, les anthropologues critiques de l'humanitaire²¹ Guillermet et al. – évoquées précédemment – s'intéressent quant à eux plus globalement au processus de fabrication des photographies des bénéficiaires de l'aide, interrogeant les pratiques du droit à l'image numérique dans le milieu humanitaire, ainsi que le contrat tacite liant les personnes photographiées, les porteur.euses de projet, les communicant.es et les spectateur.ices

²¹ Approche qui met souvent en avant le décalage entre l'idée de droits de la personne et sa concrétisation par l'action (Guillermet et al. 2012 : 1).

donateur.ices (2012 : 1). A travers des études de cas, iels décrivent tour à tour : comment en sont produites des images d' « authentiques nomades » sur un projet au Kirghizstan (*ibid.*) ; puis le processus de « dépersonnalisation » des images une fois parvenues dans les bureaux des chargés de communication de l'ONG Bror für die Welt (*ibid.* 2) ; et finalement le décalage entre les éthiques officielles et les pratiques de reproduction de rapports de domination entre donateur.ices et bénéficiaires de l'aide, ainsi que sa dénonciation (*ibid.* : 5). Leur analyse me semble plus nuancée que les auteur.ices précédent, car iels abordent également l'émergence de revendications parmi les « sans-voix » photographié.es, tout en soulignant que les formes de résistances qu'iels ont observé émanent de personnes occupant une place stratégique dans le système (*ibid.* 8-9). Leur propos ne tombe toutefois pas dans une idéalisation de ces résistances, car bien qu'iels observent dans une étude de cas un changement de pratiques, iels questionnent la possibilité d'un changement à grande échelle et d'une « gouvernance éthique globale » prenant en compte des enjeux que vivent les photographié.es au quotidien et l'impact de la circulation de leurs images (*ibid.* : 10). En contraste aux approches présentées précédemment, ces auteur.ices abordent la question de l'éthique de manière ancrée dans les discours et pratiques des acteur.ices, la définissant comme « une construction circonstanciée et variable selon les contextes et ceux la pensant » (2012 : 11). Iels dénoncent le fait que le *marketing* humanitaire, inspiré du business touristique, gomme les différences pour représenter une idée d' « authenticité des victimes identifiées », conditionnant ainsi l'adhésion des donateur.ices au projet solidaire exprimé.

J'ancre mon travail dans cette démarche, en cherchant à comprendre dans un premier axe analytique, les différentes perceptions d'une « image éthique » dans les chartes sur la communication visuelle des ONG ainsi que par les personnes présentes lors de formations spécialisées sur ces questions. Aussi, cet article me permet de situer mon objet d'étude dans certains rapports de force exacerbés avec la duplication et la circulation instantanées d'images par le numérique (*ibid.* 10). Il lie également ce *marketing* humanitaire à d'autres marchés, en l'occurrence celui du tourisme. Finalement, en contraste au reste de la littérature, il met en avant la position et les perceptions des personnes photographiées.

Chouliaraki, s'intéresse quant à elle aux images produites par les institutions humanitaires, particulièrement Action Aid²², mais également plus largement à celles produites par les célébrités, les concerts et les *news*. Cette « vie publique occidentale »²³ nourrit selon elle un certain « imaginaire humanitaire » (2012 : 4). L'autrice constate la centralité des émotions dans la « communication de solidarité », ce qui rejoint les constats des autres auteur.ices présent.és dans cette revue de la littérature. Toutefois, elle constate un manque dans la littérature, qui analyse jusqu'à présent séparément « l'instrumentalisation de l'aide et du développement », « le recul des grands récits de la solidarité » et « la technologisation croissante de la communication ». Selon l'autrice, il est crucial de s'intéresser à l'articulation de ces trois éléments caractérisant l'humanitaire, ainsi qu'aux implications de cette articulation dans le changement de signification de la solidarité (*ibid.* : 2). Ce faisant, argumente pour une « considération de la solidarité en tant que problème de communication », soit en tant que « revendication morale visant à réconcilier des demandes concurrentielles du marché, des politiques et des médias ». En articulant ces trois aspects, elle explique l'émergence d'un type spécifique d'acteur occidental face au « spectacle de la souffrance » : le « spectateur ironique des autres vulnérables » (*ibid.* : 3). Elle met en avant plusieurs facteurs imbriqués : sur le plan politique, le déclin des grands récits puis la croissance de la morale individualiste impacte cette nouvelle forme de « spectateur de la souffrance » (*ibid.* : 5) ; d'un point de vue institutionnel, l'expansion radicale et l'instrumentalisation simultanée de l'aide et du développement joue également un rôle (*ibid.* : 6) ; et enfin sur le plan technologique, les nouveaux médias facilitant l'expression directe du public, influencent aussi inévitablement les prémisses sur lesquelles la solidarité est communiquée (*ibid.*).

Cette thèse complexifie la position du public par rapport aux approches précédemment présentées. Le risque de détachement émotionnel du public face au flot d'images de souffrance qu'on lui deverse, s'accompagne selon l'autrice toujours de la question morale « qu'est-ce que je fais ? ». Dans ce sens « le spectateur ironique est une figure ambivalente, à la fois sceptique

²² Action Aid est une « fédération » globale fondée en tant qu'œuvre de charité en 1972 en Grande-Bretagne, active dans la coopération au développement et dont le bureau principal est actuellement en Afrique du Sud Source : <https://actionaid.org/who-we-are> consultée le 14.01.25

²³ Traductions personnelles.

face à l'attrait moral des actions solidaires, et pourtant, ouvert à agir en faveur de ceux qui souffrent » (*ibid.* : 4). Cette complexification du positionnement du public, lui permet de traiter de la manière dont les changements dans l'esthétique humanitaire sont également des changements dans « l'éthique de la solidarité ». Après avoir présenté ces changements esthétiques et éthiques, elle critique les campagnes humanitaires contemporaines visant à représenter et pousser à agir sur « la vulnérabilité des personnes souffrantes » dans les pays du Sud (*ibid.*).

Approches appliquées pour une meilleure communication des ONG

Dans un contexte de surexposition médiatique à la figure de la « victime-écran » (Mesnard 2002 cité par Guillermet et al. 2012 : 1), les premières études appliquées sur ce que l'on nomme alors la « communication des associations » sont menées en sciences de la gestion, par des personnes venant du *marketing* (Dacheux 1998 : 117). Di Sciullo, explique que le « marketing vient du mot market [marché] et signifie littéralement : actions nécessaires pour faire en sorte qu'un produit soit acheté par le marché, donc les clients » (1988 cité par *ibid.*). En France, ces études portent principalement sur la recherche de dons (par exemple Vaccaro 1987) et la communication externe des organisations (par exemple Flipo et Mayaux 1988). Di Sciullo, directeur de l'agence publicitaire *Années lumières*²⁴ publie le guide *Marketing et communication des associations* comme un « mode d'emploi pour que les associations, aussi bien locales qu'internationales, puissent se développer efficacement avec des moyens moindres ». Il constate qu'il n'est pas toujours facile pour une ONG de se positionner entre « ce besoin d'obtenir des fonds et la volonté de vouloir rester intègre en respectant son message et ses valeurs ». Ce constat est essentiel à la considération des discours et pratiques des acteur.ices observé.es durant mon terrain, particulièrement les membres d'ONG participant aux formations sur la communication visuelle (1988 cité par Dacheux 1998 : 118).

²⁴Agence se présentant sur son site comme proposant de « la communication utile, soutenant du *fundraising* utile, des messages légitimes, pertinents et efficaces, pour être perçu dans un océan d'indifférence et avec des moyens souvent modestes » (1988).

Dans la continuité de ces approches d'étude des techniques de marketing adaptées aux acteur.ices sociaux visant à les accompagner dans l'optimisation de leur communication, je constate un certain nombre de Mémoire de Master sur la communication des ONG (en SIC ou en Haute école de gestion) publiés dès les années 2000. Ces travaux, souvent liés à un stage au sein d'une organisation, montrent un intérêt aussi bien scientifique que de la part des ONG sur ces thématiques. Les enjeux principalement traités sont les suivants : les enjeux éthiques liées principalement à la notion de « transparence », les stratégies mobilisées, le profil des client.es, l'évaluation de la concurrence, l'évolution des organigrammes, les *mailings*, la crédibilité des ONG, etc²⁵. La lecture de ces travaux m'a permis d'ensuite mieux appréhender les critères définissant une image éthique dans mes données ethnographiques. En effet, j'observe une certaine continuité entre ces études appliquées et les définitions d'une image éthique dans les chartes sur ces questions ainsi que dans les discours des intervenant.es. Ces travaux donnent aussi des indices sur les préoccupations des organisations quant à leur communication (les profils des client.es, l'impact des campagnes en vue de les adapter aux besoins, ainsi que la question de la crédibilité de l'ONG) dans un contexte de concurrence évoqué dans le chapitre précédent.

En contraste à ces approches, l'auteur en SIC E. Dacheux (1998) est critique vis-à-vis des solutions mises en place par les ONG face à leurs problèmes communicationnels. Il dénonce la prédominance de la « communication fonctionnelle » dans les stratégies de nombreuses associations. Celle-ci résulte selon lui de deux types de communication : technologique, donc renvoyant aux outils permettant de transmettre des informations, et persuasive, soit évoquant les procédés utilisés pour amener l'autre à son point de vue (1998 : 19). Face à cette seule dimension persuasive, il prône une « communication relationnelle », qu'il définit comme « l'entrelacement de la communication conviviale et de la communication normative ». La communication relationnelle se fonderait sur l'idée d'un partage en vue d'intercompréhension et de construction de significations communes. Elle implique une participation active et consciente des individus impliqué.es dans la communication. (1998 cité par Carion 2010 : 4). Il

²⁵Par exemple : Bragard (2009) et Tall (2019).

préconise une nouvelle approche pour les associations, dont l'objectif principal serait la participation citoyenne et non le profit. Pour ce faire, il préconise notamment la valorisation des mouvements sociaux citoyens et la recherche-action sur des nouvelles stratégies délibératives et enrichissant l'intelligence collective (*ibid.* : 5). Faisant écho aux approches critiques présentées dans la partie précédente et prônant un rapport plus mobilisateur à ces images, cet auteur défend une communication centrée sur la « participation citoyenne », qu'il définit comme une « convergence de désirs de justice et de bonheur, résultant d'une décision individuelle, d'un intérêt idéologique, psychologique et social » (Dacheux 1998 cité par Carion 2010 : 4).

Carion s'accorde avec Dacheux sur le fait qu'un grand nombre de techniques de communication fonctionnelle ne suscitent ni réflexion critique, ni participation de la part des citoyen.nes et que les messages publicitaires ne contextualisent pas les problématiques représentées (2010 : 7). Cependant, elle ne souhaite pas réduire le *marketing* humanitaire à sa seule composante fonctionnelle et persuasive (*ibid.* : 5). Elle défend la thèse selon laquelle les acteur.ices de l'aide humanitaire peuvent opérer une démarche de compromis autour de la recherche d'un bien commun, en conciliant la récolte de fonds et la participation des citoyen.nes (*ibid.*). Selon l'autrice, certaines stratégies dites fonctionnelles – telles que le *mailing* et *lobbying* – possèdent en réalité un statut communicationnel « intermédiaire » permettant d'amener les citoyen.nes à une réflexion approfondie sur les problématiques humanitaires. Le public, ainsi largement informé, peut envisager une participation plus active à l'organisation ou décider de renouveler son soutien financier (*ibid.* 6-8). L'objectif d'une communication centrée sur la participation citoyenne est donc commun à ces deux approches, mais Carion nuance considère que celui-ci est réalisable au sein de certaines stratégies de communication actuelles des ONG. Aussi, la « participation » se réfère à deux formes d'engagement dans ces approches : au sein de l'organisation-même ou à travers des dons financiers.

Cet revue de la littérature nous permet de situer l'émergence de la notion d'éthique dans les questionnements autour de la communication visuelle des ONG, des images circulant dans le système de l'aide comprenant le photojournalisme et le documentaire et la communication de solidarité de manière plus général ; de mettre en perspectives les différentes définitions de cette « éthique » sous-tendant ces approches; de comprendre en réponse à quels problèmes identifiés

ces définitions se situent ; et enfin de présenter ce que ces diverses approches prônent et défendent pour une meilleure communication visuelle des ONG. En premier lieu, les approches critiques amènent principalement la question du pouvoir des images présentant des êtres souffrants et vulnérables et l'implication morale de celui-ci. Ces approches ne traitent pas du processus de fabrication des images de manière générale, mais du résultat final, soit des images que nous voyons en tant que public du Nord global. Les problèmes identifiés de ces images sont globalement liés à leur effet désengageant de démobilisation, ainsi qu'aux réalités économiques qu'elles masquent. Face à ce constat, les solutions prônées sont l'« engagement », la mobilisation, ou encore la « participation citoyenne ». Chouliaraki traite de manière plus vaste des communications de solidarité, incluant ainsi également des images plus « positives » circulant au sein du système de l'aide (2012). En second lieu, les approches scientifiques de *social marketing* préconisent l'adaptation raisonnée de techniques et méthodes du *marketing* entrepreneurial pour le domaine des ONG et proposent ainsi des solutions aux problèmes de communication rencontrés par celles-ci. Parmi ces études plus appliquées, j'ai relevé des débats internes aux SIC quant au rôle de cette communication, soulignant une certaine tension inhérente à la pratique : le fait que ça n'est pas toujours facile pour une ONG de se positionner entre ce besoin d'obtenir des fonds et la volonté de vouloir rester intègre en respectant son message et ses valeurs. Ces organisations sont ainsi tiraillées entre un mode de communication « fonctionnel » et un mode « relationnel » (Carion 2010 : 2).

En définitive, les approches en sciences sociales antérieures aux années 2010 semblent principalement limitée aux ONG humanitaires et au photojournalisme, ce qui occulte selon Troit une grande partie du régime de l'aide comme les agences bilatérales ou les ONG de développement (2014 : 119). Cette perspective est selon moi élargie par des auteur.ice tels que :Guillermet et al. qui approchent le processus de fabrication des images dans son ensemble, dénonce les effets « dépersonnalisant » de ces images en se basant sur les pratiques des ONG et prennent en compte directement les voix des personnes photographiées ; ainsi que Chouliaraki qui complexifie la position du public actuel face à ces images et démontre la dimensions intrinsèquement communicationnelle de la « solidarité » contemporaine. Ces approches comme les plus appliquées, défendent toutes l'idée selon laquelle il est possible de faire d'autres images, de faire *mieux*, avec tout ce que ce « mieux » englobe selon les auteur.ices. On va donc tâcher

d'explorer dans ce mémoire ce qui se passe lorsque des outils sont mis en place à cet effet, en l'occurrence des chartes ainsi que des formations spécialisées sur les questions de communication visuelle des ONG.

Cheminement méthodologique et réflexions

Dans ce chapitre, je reviendrai sur mon cheminement méthodologique au long de cette recherche. Je présenterai la genèse de mon terrain, ma posture et mon choix d'objet. Je décrirai également les méthodes de récolte de données que j'ai appliquées, me permettant d'introduire mon terrain. Enfin, j'adresserai les questionnements sur mon rôle, ma position et mes biais.

Ce que je qualifie de « terrain » dans le cadre de ce mémoire comprend : la porte d'entrée vers celui-ci sous la forme d'un stage que j'ai réalisé dans une fédération cantonale de coopération au développement de septembre 2022 à février 2023 ; la récolte et l'analyse de divers chartes et autres codes de conduite traitant de la communication visuelle des ONG ; deux entretiens narratifs avec une photographe indépendante et un entretien d'experte avec une professeure assistante à l'université de Neuchâtel ; l'observation de la première formation « Qu'est-ce qu'une bonne photo? » donnée par une autre fédération en janvier 2023 ; l'observation de la deuxième formation « Rendez vos images équitables, faciliter le changement dans la communication visuelle » en juin 2023, organisée par la fédération dans laquelle j'ai réalisé mon stage et animée par un cabinet de consultation ; et enfin l'observation de la troisième formation « *Decolonization in visual communication* (décolonisation dans la communication visuelle) » organisée en ligne par ce même cabinet en juin 2023. Ces différents choix m'ont menée à un terrain centré sur deux « outils », à savoir les chartes et formations mises en place par certains organes de l'aide pour faire face aux problèmes perçus dans la communication visuelle des ONG. Ce terrain est donc particulièrement lié aux membres des ONG rencontrés durant mon stage et participant aux formations et aux expert.es animant ces formations spécialisées.

Genèse de l'enquête et posture

Dans l'optique de réaliser une spécialisation en anthropologie de l'action sociale et environnementale au cours de mon Master en sciences sociales ainsi que d'avoir une entrée d'argent, j'ai postulé un stage au Secrétariat d'une fédération cantonale de coopération au développement. Après mon entretien, on m'indique que je suis retenue pour le semestre suivant. Mon Bachelor of Arts en anthropologie et géographie humaine y était peut-être pour quelque chose, car les profils de personnes formées en sciences sociales sont valorisés dans cette institution : les deux stagiaires me succédant seront également étudiant.es en anthropologie. Je débute donc ce stage à 80% en septembre 2022 pour le terminer en février 2023. Étant alors encore incertaine quant au sujet de mon mémoire, ce stage devient une forme de pré-terrain qui me permettra de préciser mon objet de recherche ainsi que la porte d'entrée vers les situations d'observation qui seront mes données ethnographiques principales. Mes collègues connaissaient et valorisaient mon profil d'étudiante en sciences sociales et nous parlions fréquemment ouvertement de nos cours respectifs et de nos questionnements sur le domaine de l'aide. Toutefois, durant cette phase exploratoire ma position était complexe (Fresia 2018 : 51) car j'essayais de noter tout ce que je pouvais observer et qui me paraissait intéressant ; en explicitant mon intérêt académique et ma position d'étudiante-chercheuse lorsque j'en avais l'occasion ; tout en remplissant mon cahier des charges de stagiaire au mieux ; ceci en suivant deux cours de Master en parallèle ; en ayant un autre emploi au Club 44 ; ainsi qu'en m'entraînant fréquemment en danse. Je constate donc des irrégularités dans la tenue de mon carnet de terrain à cette période. C'est pourquoi, en vue de gagner du temps, j'ai parfois noté directement mes pensées et questionnements liés à mon mémoire sur mes notes de réunions. Ainsi, la frontière était assez floue – aussi bien dans ma tête que dans les faits – entre « mon travail de recherche » et « mon travail de stagiaire ». Mon cahier des charges comportait de manière générale un soutien aux activités du secrétariat : la prise de PV des réunions du Secrétariat, du comité et des diverses commissions des projets (CP), des finances (CF) ainsi que de la communication (CIC) ; l'organisation de l'assemblée générale ; la rédaction et mise en page de la brochure annuelle présentant les projets portés par les organisations membres ; la mise à jour du site *web* ; le tri des images stockées sur *Google Image*. C'est précisément lors de ce travail de classification spécifique que j'ai commencé à questionner les images circulant au

sein du système de l'aide. En regard des nombreuses images qu'il m'était donné à voir, trier, mobiliser, mais aussi quémander auprès des organisations membres, j'étais effectivement de plus en plus intriguée par celles-ci. J'expliciterai dans le sous-chapitre suivant plus spécifiquement le processus réflexif m'ayant mené à mon choix d'objet d'étude.

Choix de l'objet d'étude et définitions

Ce choix de thématique plus spécifique m'a permis de réduire le nombre d'observation et de notes effectuées dans mon carnet. Aussi, la fabrication d'images n'étant pas directement une activité à laquelle mes collègues et moi étions mêlé.es (Fresia 2018 : 53), cela m'a également aidée à distinguer mon travail de stagiaire de mon intérêt de recherche.

A cette période, j'ai eu la chance d'échanger informellement sur cette thématique des images de l'aide avec mes collègues Luc et Carla²⁶, de même qu'avec des membres d'ONG, ce qui a peu à peu nourrit la délimitation de mon objet d'étude. Lors de ces « entretiens ethnographiques »²⁷ à caractère exploratoire (Angrosino 2009 : 42), j'ai fait part de mon malaise et me suis notamment intéressée au rapport de mes interlocuteur.ices à ce processus de fabrication d'images, auxquels iels avaient souvent réfléchi auparavant. Durant ces échanges, j'ai notamment pu comprendre l'informalité relative des mesures mises en place en lien avec la communication visuelle des ONG :

« Café avec Luc et Carla : iels me parlent du formulaire de la DDC, qui représente finalement, selon Carla, une 'juridiction du truc de leur part, pour ne pas se faire attaquer ensuite sur ce thème (de la communication visuelle)', donc sans réelle remise en question de ce processus de fabrication des images. Elle constate également qu'on n'est 'pas vraiment formalisé sur ces questions et que l'on compte pour l'instant plus sur le bon sens,

²⁶ Prénoms d'emprunt.

²⁷ Ce terme regroupe dans ce cas les situations d'entretiens « informels » s'étant déroulés durant mon stage, majoritairement avec mes collègues et impliquant parfois des membres d'ONG présent.es lors de réunions. Ces situations étaient plutôt spontanées et courtes, mais j'avais parfois au préalable noté une pensée ou question pour lancer la discussion si la situation se prêtait lors de pauses café ou de midi, pour ensuite prendre quelques notes successivement aux échanges.

la culture interne et les initiatives personnelles (pour réaliser de bonnes images). » Extrait de mon carnet de terrain (04.10.22)

J'ai découvert au fil des discussions la complexité entourant ces enjeux, notamment le fait que pour nombre de ces organisations, peu de temps, de matériel et de réflexion sont alloués à la production de ces images, elles qui ont « toujours le nez dans les affaires courantes ! » selon Carla (04.10.22). Une collègue m'a également fait part d'une charte traitant de ces questions comme je m'y intéressais (Bond 2019) et j'a parallèlement à cela entendu parler de la volonté de la fédération d'organiser une formation sur la communication visuelle éthique pour soutenir ses organisations membres.

Aussi, le constat de recherches de solutions entourant cette thématique m'a mené à centrer mon objet de recherche sur ce que j'identifie comme des outils mis en place face aux problèmes perçus de la communication visuelle des ONG : les chartes et les formations spécialisées. Pour approcher cet objet et le problématiser, j'ai dans un premier temps, examiné des chartes et autre code de conduite ciblés sur la communication visuelle éthique des ONG. Et dans un second temps, j'ai observé deux formations en présence et une en ligne, visant l'amélioration des pratiques de communication visuelle des ONG. Ma question de départ était la suivante : Comment ces deux outils appréhendent-ils les problèmes dans la communication visuelle des ONG concernant les images desdits bénéficiaires de l'aide internationale ?

Avant de présenter plus en détails mon terrain d'enquête et le processus de récolte des données liées à mon objet d'étude, je tiens à définir certaines notions liées à la thématique des « images de l'aide ». Celles-ci se matérialisent à travers divers formats (Benovsky 2010 : 60) tels qu'en pellicules non développées, en négatifs, en fichiers RAW, en tirages, mais aussi comme images à l'écran que cela soit sur des sites internet ou sur les réseaux sociaux, ou encore sous forme imprimée pour des campagnes d'affichage, des brochures, des flyers, des *newsletters*, etc.

Les personnes photographiées sur ces images de l'aide sont parfois qualifiées de « victimes » dans la littérature et les personnes rencontrées durant mon terrain parlent souvent de « bénéficiaires ». Je vais parfois mobiliser ces termes pour restituer un propos, mais je préfère parler de « protagonistes », car c'est principalement ce rôle qu'ils remplissent qui m'intéresse

et non leur potentiel bénéfique lié au projet. Je me suis longuement questionnée sur les termes à employer pour évoquer ces personnes, n'ayant pas eu l'occasion de demander directement à une personne concernée et pas peur d'être essentialisante ou réductrice.

La question de la « race » sociale, qui ne ressort pas forcément de la littérature, semble pourtant centrale aux problématiques entourant ces images dans mon terrain. J'ai en effet constaté à de multiples reprises l'utilisation émiqne des adjectifs qualificatifs « noir » ou « blanc » pour distinguer les personnes bénéficiaires du projet photographié.es et les personnes membres de l'antenne occidentale de l'ONG parfois présent.es sur les images. En vue de mieux appréhender cette logique transversale au processus de fabrication des images de l'aide et surtout de déterminer et situer mon choix de mots, j'ai consulté l'ouvrage *Race* de S. Mazouz (2020). Elle défend l'usage critique du mot « race » qui permet de montrer comment les hiérarchies raciales, présentées par les théories racistes comme naturelles, sont en fait socialement et historiquement produites (2020 : 19). Elle cite notamment la sociologue française C. Guillaumin, qui stipule que la race n'est pas empiriquement valide, mais elle n'en est pas moins empiriquement effective, socialement, étatiquement et politiquement (1981 cité par *ibid.* : 27). Les conséquences de cette idéologie sont donc bien réelles, elles se manifestent dans les expressions ouvertement violentes de racisme ainsi que dans ses formes plus banalisées (Essed 1991 cité par *ibid.* : 24). Cette question a été abordée de diverses manières à travers le temps, tantôt par l'usage de la notion « racialisation » se rapportant aux écrits de W.E.B du Bois et F. Fanon selon l'autrice, et tantôt celle de « racisation », se référant à l'ouvrage de Guillemin. Mazouz explique que celles-ci, distinguées parfois dans les milieux militants, sont néanmoins liées dans un même procédé.

L'enjeu principal de la notion de « racialisation » est celui du statut social que confère le fait d'être racialisé d'une manière ou d'une autre et ne se confond pas avec la question de la couleur de peau (*ibid.* 40). Cette notion est ensuite utilisée par les chercheur.euses en sciences sociales pour mettre en lumière les logiques de production des hiérarchies raciales d'une société donnée et permet donc de rendre compte de la production de groupes soumis à l'« assignation raciale », tout en examinant les mécanismes qui amènent un groupe à tirer profit des logiques

de racialisation²⁸ (*ibid.* : 48) Pour reprendre les termes entendus lors de mon terrain, je qualifierai les acteur.ices rencontré.es de « noir.es » ou « blanc.hes », en tant que condition, c'est à dire l'expérience sociale qui correspond au fait d'être assigné racialement et soumis (ou non) à des formes multiples de discriminations. Cette assignation est saillante dans les situations observées et semble de ce fait pertinente pour appréhender les processus de racialisation en jeu.

Par ailleurs, le terme « racisation » est défini par Guillemin comme « le processus par lequel un groupe dominant définit un groupe dominé comme étant une race » (1992 cité par *ibid.* : 49). Il représente donc une partie du processus de racialisation et permet, selon l'auteurice, d'insister sur la dimension processuelle du geste, consistant à essentialiser une origine réelle ou supposée, à en radicaliser l'altérité et à la minoriser, autrement dit à la soumettre à un rapport de pouvoir (*ibid.* 50). Pour qualifier le processus d'assignation particulier des personnes photographiées se dégageant de mes données, je les qualifierais de « personnes racisées ». De plus, les acteur.ices rencontré.es font en grande majorité référence au continent africain, donc les propos avancés – spécifiquement dans mon second axe analytique – sont particulièrement liés aux enjeux de colonisation de ce continent, bien que des continuités existent entre les formes de colonisations et que certaines images présentes des personnes racisées vivant sur d'autres continents.

Par ailleurs, quelles organisations produisent ces images ? Cette réflexion porte de manière générale sur les images circulant au sein du système de l'aide internationale qui, en reprenant la définition du développement de J.P. Olivier de Sardan dans *Anthropologie et Développement* recouvre : un ensemble d'interventions portées et mises en œuvre par divers.es acteur.rices et institutions (ONG, agences de coopération, ONU, administrations étatiques branchées sur l'aide, ...) effectuant des transferts d'un contexte à l'autre au nom de la « solidarité internationale », de l'« aide » ou encore du « développement » et intervenant en partie dans des pays anciennement colonisés, économiquement marginalisés, et présentant une certaine dépendance à cette aide internationale (1995 : 13-16). Une majorité des images observées sont toutefois produits

²⁸ Par exemple les études critiques de la blancheur (*ibid.*).

spécifiquement par des ONG transnationales, bien que d'autres acteur.ices de l'aide produisent des images semblables.

Aussi, au sein de ce système, on peut observer une forte opposition émique entre le domaine de « l'aide humanitaire » et celui de « la coopération au développement », ce que j'ai constaté durant mon stage. Aussi, durant mes lectures thématiques, j'ai constaté que les auteur.ices traitent majoritairement de la construction de la « victime humanitaire » qui incite aux « dons humanitaires » face à des situations présentées comme des « crises humanitaires urgentes » (Dauvin 2010, Brauman et al. 1996). Les ONG « humanitaires » sont présentes depuis plus longtemps dans le paysage associatif que les ONG de « développement » ou de « coopération au développement », ce qui explique leur prévalence dans la littérature. Toutefois, malgré les temporalités, logiques d'action et imaginaires véhiculé différents²⁹, ces diverses appellations s'inscrivent dans un même cadre d'intervention³⁰ (Atlani Duault 2009 : 30). Pour ma part, j'utilise le terme « images de l'aide » pour faire référence aux images produites par les ONG transnationales, se revendiquant aussi bien de l'aide humanitaire que de la coopération au développement, basées en Suisse et dont les territoires d'interventions sont principalement dans des pays du Sud global. Je précise toutefois que les frontières sont poreuses, que le Nord et le Sud global ne sont pas des sphère homogènes (Chouliaraki 2012 : 3) et que ces réflexions peuvent concerner les images circulantes plus largement dans ce système de l'aide internationale.

Enfin, je distingue parfois les « grandes » des « petites » ONG rencontrées durant mon terrain, en reconnaissant qu'elles se situent en réalité sur un continuum plutôt que dans une nette opposition. Par « grandes » je me réfère à celles dont la structure professionnelle en Suisse est de taille importante et comporte plusieurs secteurs avec des employé.es. Ce sont celles que le

²⁹ Les acteur.ices se revendiquant de la coopération se présentent notamment comme cherchant à améliorer les conditions de vie des personnes en visant une certaine autonomisation des populations sur le long terme (ex. Centre Écologique Albert Schweizer). Alors que les acteur.ices se revendiquant de l'aide humanitaire, se présentent comme cherchant à couvrir un besoin de base suite à une « crise » identifiée comme telle (ex. Médecin de Sans Frontières). Source : Gajardo 2023, séminaire « socio-anthropologie de l'aide internationale » (séance 12).

³⁰De plus, la DDC remet en question cette distinction en utilisant dès à présent le terme « nexus », qui engendre une restructuration de l'organigramme de ce département notamment (cf. note carnet 19.10.22).

grand public suisse connaît, notamment à travers leurs campagnes d’affichage public. En revanche, les « petites » ONG, renvoient à celles comprenant une relativement petite structure en Suisse, souvent plus locale voire familiale et fonctionnant principalement sur la base d’un travail bénévole. Ces organisations peuvent donc être plus ou moins ancrées dans le système global de marché économique, fonctionner selon diverses logiques en termes de gestion budgétaire ainsi que de *marketing*. Dans mon enquête, je me suis basée à la fois sur des exemples d’images produites avec des moyens financiers importants que des images produites par de plus petites organisations avec de moindres ressources.

Pour résumer, cette réflexion concerne les images produites par des organisations basées en Suisse ancrées dans système de l’aide international. Celles-ci se revendiquent aussi bien de la coopération que de l’humanitaire et possèdent des statuts et moyens financiers très divers. Ces images sont diffusées sous divers formats et à travers plusieurs canaux dans le Nord global. Enfin, elles mettent principalement en scène des protagonistes assigné.es racialement, notamment qualifié.es de noir.es par les acteur.ices rencontré.es.

Une démarche ethnographique

Pour répondre à ma question de départ « Comment ces deux outils appréhendent-ils les problèmes dans la communication visuelle des ONG concernant les images desdits bénéficiaires de l’aide internationale ? », je me suis intéressée à ces outils dans une démarche ethnographique. L’ethnographie n’est pas uniquement comprise comme stratégie de production de données, elle comporte habituellement un travail de terrain, durant lequel les chercheur.euses utilisent diverses méthodes qualitatives telles que l’observation (avec divers degrés de participation), les entretiens (plus ou moins directifs et structurés), ainsi que la recherche documentaire (Allina-Pisano, 2009). J’ai analysé sept chartes issues d’Irlande, d’Angleterre, de France et de Suisse, j’ai observé trois situations de formations plus ou moins spécialisées sur les images de l’aide dont deux se déroulant en Suisse et une en ligne et j’ai réalisé trois entretiens.

Recherche documentaire

Pour essayer d’y voir plus clair et chercher des clefs de compréhension sur le sujet, j’ai tout d’abord recueilli des chartes traitant – uniquement ou en partie – de la communication visuelle des ONG. J’ai réalisé une cartographie sur un tableau *Excel* en définissant des catégories telles que le titre, le nom de l’ONG, l’année de publication, le contenu centré ou non sur les images, etc. (cf. Annexe 1) et détaillé le contenu de celles-ci sur un document *Word*. J’ai parcouru vingt-deux documents parmi lesquels dix sont centrés sur la question des images. J’en ai repris sept et je les ai comparés. Parmi ceux-ci, je présente ci-dessous des éléments de contexte de trois documents – lorsque ces informations étaient visibles – afin de donner un aperçu des personnes impliquées dans la rédaction et le financement de ces chartes :

- *Putting the people in the pictures first: ethical guidelines for the collection and use of content (images and stories)* (Bond, 2019)³¹.
 - Publiée par : Bond, qui est un réseau en Grande-Bretagne des organisations travaillant dans le développement international.
 - Écrit par : ces lignes directrices ont été préparées par la consultante Siobhan Warrington, informée par divers *workshops* du groupe de travail « the Bond People in the Picture Group » fondé en 2017 et comprenant plus de cent membres.
 - Financé par : WaterAid, Concern Worldwide, Save the Children, Oxfam, Comic relief, Care, Sightsavers, Plan international, et la Croix-Rouge anglaise.

- *Manifeste pour une communication responsable de la coopération internationale* (Alliance Sud, 2019)³²

³¹Traduction personnelle, *Putting the people in the pictures first : ethical guidelines for the collection and use of content* (Bond 2019), <https://www.bond.org.uk/wp-content/uploads/2022/03/bond-ethical-guidelines-for-collection-and-use-of-content.pdf>, consultée le 19.04.23.

³²*Manifeste pour une communication responsable de la coopération internationale* (Allianz Sud 2020) <https://www.alliancesud.ch/fr/manifeste> consultée le 19.04.23.

- Publié par : Alliance Sud, qui est un centre de compétence suisse pour la coopération internationale et la politique de développement.
 - Écrit par : ce manifeste a été rédigé dans le cadre d'un processus participatif avec ses organisations membres (il n'y a pas de détails quant à la forme de cette participation).
 - Financé par : information non-visible.
- *Illustrative guide to the Dóchas Code of conduct on Images and Messages* (Dóchas, 2014)³³
 - Publié par : Dóchas, qui est l'association regroupant les organisations non-gouvernementales de développement irlandaises, dont l'origine remonte à 1974 avec la création de Irish Aid. Elle est composée de quarante-six membres à part entière et de onze membres associés.
 - Écrit par : ce guide illustratif est basé sur des *workshops* réunissant les signataires du Code, dans le processus de révision du *Code of conduct on Images and Messages* (2010-2012) (il n'y a pas de détails quant à la forme de cette participation).
 - Financé par : Irish Aid

Ces trois chartes proposent des normes, lignes directrices et engagements sur l'utilisation éthique des images dans la coopération au développement internationale. Celles-ci tout comme les autres chartes analysées, sont généralement publiées par les réseaux d'organisations les publiant tels que Bond ou Dóchas, et financées elles-mêmes ou des organisations membres de leur réseau. Ces documents sont majoritairement rédigés par des expert.es mandaté.es et les points défendus se rejoignent fortement. Ce processus rédactionnel est parfois soutenu par la participation des organisations membres du réseau. Les modalités de ces processus participatifs ne sont pas explicitées, si ce n'est qu'ils prennent la forme de *focus group* ou de *workshops*. La

³³*Illustrative guide to the Dóchas Code of conduct on Images and Messages* (Dóchas, 2014). Source: https://www.dochas.ie/assets/Files/Illustrative_Guide_to_the_Dochas_Code_of_Conduct_on_Images_and_Messages.pdf consultée le 19.04.23.

plupart des documents sont rédigés en une fois, à l'exception du code de conduite de Dóchàs qui a été révisé à plusieurs reprises entre 2012 et 2023 (cf. Annexe 1). Dans ce cas, le processus de révision prenait place durant un *week-end* planifié par l'organisation, lors duquel des points préalablement décidés étaient ensuite présentés et discutés avec les personnes – membres du réseau – inscrites à ces divers ateliers (carnet de terrain, 12.04.23).

Ces codes de conduites et chartes d'ONG n'ont pas toujours existé et le sociologue politique T. Brugvin stipule qu'ils proviennent des entreprises transnationales (2016 : 61). Selon lui, le cas de Nestlé est emblématique du développement de ces codes d'entreprise : à la suite d'une longue campagne contre Nestlé en 1970, l'ONG suisse Déclaration de Berne parvient à faire adopter un code de conduite à l'entreprise. Dans ce dernier, Nestlé s'engage à « modifier ses pratiques vis-à-vis des nouveau-nés dans les pays du Tiers- Monde » (*ibid.* : 68). Brugvin en dénonce cependant les limites, démontrant que Nestlé viole son code international sur les substituts au lait maternel. L'auteur observe que, très souvent, les codes des entreprises transnationales ne sont pas appliqués contrairement au discours affiché. Selon lui, une « gouvernance globale » s'est développée à partir de la « gouvernance d'entreprise » ce qui a conduit à remplacer les normes juridiques des pouvoirs publics, par des « normes techniques créées par des intérêts privés telles que des codes de conduite, labels, etc. » (*ibid.* : 77). L'anthropologue française G. Gallenga situe quant à elle l'essor de ces chartes et codes éthiques d'entreprise dans les années 1990, parallèlement à l'inflation de l'usage de la notion d'éthique (2013 : 29). L'autrice constate à cette période une « demande sociale croissante de responsabilisation des entreprises » (*ibid.* 32).

D'après les documents que j'ai recueillis, les années de publications de chartes sur le sujet de la communication visuelle éthique des ONG sont plus récentes que les chartes d'éthique entrepreneuriale évoquées ci-dessus. Sur les vingt-deux documents liés au domaine des ONG traitant de communication éthique de manière générale, onze ont été rédigés entre 2017 et 2022. Les autres ont été mis à jour, sauf l'un datant de 2014 et le plus ancien de 2006. Dans quel contexte et pour quelles raisons ces chartes sont-elles mises en place ? Médecin Sans Frontières justifie par exemple la publication de son communiqué de presse sur le sujet en réaction aux interpellations critiques sur certaines de leurs images jugées problématiques :

« Dans un contexte où MSF a été interpellé [à la fois à l'intérieur et à l'extérieur de l'institution] sur l'utilisation d'un certain nombre de photographies de patients pris en charge dans nos projets [...]. [Ces interpellations critiques] ont mis en lumière ces images problématiques et questionnent nos pratiques. [Cela] nous a incités à prendre des mesures immédiates. » (2022)³⁴.

En plus de ces réactions aux critiques et ces officialisation de mesure pour y remédier, d'autres chartes mettent en avant la prise en considération par l'ONG de risques et d'enjeux de pouvoir autour de ces images, sur lesquels elle souhaite officiellement se positionner. Le manifeste d'Allianz Sud explique notamment que « des stéréotypes sont aussi transmis dans la communication : les images paternalistes » et déplore que « l'aide [n'est] que trop rarement contextualisée dans la communication ». Le code de Concord évoque également un contexte dans lequel « les images ne sont pas neutres, il faut les créer et les utiliser avec soin » (2006)³⁵. Globalement, les principaux problèmes identifiés sont : les stéréotypes transmis par ces images, le manque de contexte quant aux causes structurelles des situations des bénéficiaires, des communications promouvant plutôt des réponses court-terme par les donateur.ices, la vulnérabilité spécifique des enfants, etc. Ceux-ci « menacent d'éroder la confiance dans les ONG » (Alliance Sud 2019). Je remarque de plus un potentiel lien entre l'émergence de ces chartes, la volonté des ONG de se positionner sur ces questions et la « crise de la légitimité » que traversent les organisations évoquée précédemment.

Divers facteurs sont donc mobilisés pour justifier et contextualiser la rédaction de ces chartes, mais à qui ces documents sont-ils adressés ? La plupart de ces chartes évoquent une détermination à aider les organisations signataires, que cela soit l'« aide à l'orientation pour les collaborateurs.trices des ONG de la coopération internationale » (Allianz Sud 2019) ou le fait de « soutenir les contributeur.trices dans le processus de création d'image ». Ces documents sont donc réalisés pour proposer un « cadre sur lequel les organisations peuvent s'appuyer pour

³⁴Utilisation éthique des images : les mesures mises en place par MSF (Médecins sans frontières 2022) <https://www.msf.fr/actualites/utilisation-ethique-des-images-les-mesures-mises-en-place-par-msf>, consultée le 19.04.23.

³⁵*Code of Conduct on Images and Messages* (Concord 2006) <https://concordeurope.org/wp-content/uploads/2012/09/DEEEP-BOOK-2014-113.pdf> consultée le 19.04.23.

mettre en place leur stratégie de communication publique » (Concord 2006). Ce cadre semble majoritairement pensé pour les personnes employées par les ONG de l'aide internationale, parfois signataires du document ou membres de l'organisation faïtière rédigeant le document. Prenons à titre d'exemple la charte éthique d'UNICEF qui, comme nombre d'entre elles, utilise le pronom « nous » : « Nous comptons sur chacun d'entre vous pour respecter et les transmettre [ces règles], [...] nous retrouver autour de convictions communes, mais aussi de guider nos actions, d'inspirer nos choix et de faire vivre nos valeurs dans tous nos actes quotidiens » (date non indiquée)³⁶.

Certains éléments signalent que ces documents s'adressent également indirectement au grand public : le fait que ces démarches s'ancrent dans un contexte de crise de la légitimité ; que ces documents soient officiellement publiés et accessibles gratuitement en ligne ; ou encore que l'on puisse parfois voir les signataires. Cette importance accordée à la perception de la part du public ressort également dans cet extrait :

« [...] il est important que l'accent que nous mettons sur la diversité et l'inclusion dans le cadre de notre travail soit perçu, visuellement, par le public extérieur [...] Ce guide vous offre quelques outils et conseils de base pour créer des images accrocheuses, réussies sur le plan technique et représentatives du travail et des valeurs du CECI ». Extrait du Guide de photographie inclusive (CECI date non indiquée)³⁷

Selon la philosophe M. Marzano « On 'fait' de l'éthique un peu comme on 'fait' de la publicité. Elle se vend bien et elle permet d'attirer l'attention du grand public. » (2008 : 117 cité par Gallenga 2013 : 28). Ces documents sont donc tous accessibles en ligne, autant pour l'usage des organisations signataires que dans l'optique de prendre publiquement position sur cette question des images de l'aide.

³⁶Charte éthique d'UNICEF France <https://www.unicef.fr/qui-sommes-nous/la-charte-ethique-dunicef-france/> consultée le 19.04.23.

³⁷Guide de photographie inclusive (CECI) <https://www.ceci.ca/data/guide-de-photographie-inclusive-1.pdf> consultée le 19.04.23

Toutefois, la question de l'accessibilité de ces documents dans un contexte suisse romand semble importante, car la majorité (quinze) de ces chartes sont rédigée en anglais. Cette prévalence de documents issus d'ONG ou organisations faitières anglophones est potentiellement liée au fait que ces questions de représentations y soient généralement plus abordées qu'en milieu francophone, notamment en Suisse où il n'y a pour l'instant que le manifeste d'Alliance Sud constitué d'une page, en contraste aux documents de Bond (2019) et Dóchas (2019) composés de plus d'une vingtaine de pages chacun. Durant mon terrain, j'ai constaté à plusieurs reprises que cette langue n'était pas idéale pour certaines ONG rencontrées. En effet, leurs membres ne sont pas toujours à l'aise avec l'usage de celle-ci (carnet de terrain, 04.10.22), que cela soit du fait de leur classe d'âge, leur classe sociale ou de leur parcours professionnel. Dans mon expérience, la majorité des participant.es aux formations membres d'ONG avait plus de cinquante ans et plusieurs personnes se sont présentées comme venant d'un « milieu rural » (12.06.23). L'existence de nombreuses ressources en anglais accentue l'importance de la mise en place de formations en français, telles que les deux premières observées, la troisième étant en anglais. J'ai moi-même senti parfois que les mots *manquaient* pour parler en français de ces thématiques très souvent abordées en anglais. En définitive, cela impacte les possibilités de penser la problématique en français en profondeur, ce que vous remarquerez parfois dans le vocabulaire mobilisé dans ce travail. Cet élément explique en partie le fait que la majorité des acteur.ices avec qui j'ai eu le loisir d'échanger durant mon terrain, à l'exception d'une collègue, n'avait pas connaissance de l'existence de ces documents.

Somme toute, les chartes éthiques sur la communication visuelle des ONG, principalement rédigés entre 2017 et 2022, trouvent leurs origines dans les codes d'entreprises. Dans des contextes où leur légitimité est remise en question ou face au constat explicite des risques que présentes ces images, ces documents s'adressent aux employé.es des ONG, pour encadrer leurs pratiques ainsi que prendre officiellement partie face au public. Bien que majoritairement rédigés en anglais, ces chartes semblent parfois difficiles d'accès pour certaines ONG francophones, particulièrement en Suisse romande dans le cadre de mon terrain d'enquête.

Observations

Successivement et parallèlement à cette recherche documentaire, j'ai effectué des « observations flottantes » durant ma phase exploratoire, définies par l'anthropologue N. Nova dans son livre *Dans les pas des anthropologues, des écrivains, des designers et des naturalistes du quotidien* de comme le fait de « rester vacant et disponible et ne pas focaliser son attention sur un sens précis, laisser émerger du contexte un certain nombre de phénomènes » (2022 : 74-75). Cette méthode peut être fatigante, comme au début de mon stage, car j'avais l'impression de devoir observer chaque détail et cela peut entraîner une certaine dispersion. Cependant, elle s'est avérée particulièrement adaptée à mon rôle de stagiaire pour lequel je suivais les événements en prenant des notes en continu en raison et souvent dans une position discrète peu interpellée.

J'ai ensuite réalisé trois observations – plus ou moins participantes – de situations que je regroupe sous le terme de « formation » qui comprend respectivement : un atelier animé par un photographe, un *workshop* animé par le consultant d'un cabinet spécialisé sur les questions de communication éthique et enfin une conférence en ligne organisée par ce même cabinet et coanimée par ce-même consultant ainsi qu'une chercheuse externe. Je n'ai pas travaillé avec une grande quantité de données, mais j'ai favorisé celles qui me semblaient intéressantes pour la recherche, dans les limites de ce qui était envisageable en termes de temps, de possibilités matérielles et selon les opportunités qui se présentaient.

Pour l'échantillonnage, j'ai opéré par *snowball sampling* (Flick 2009 : 123) c'est-à-dire en profitant de chacune de ces situations d'observation pour rencontrer des gens, expliciter mon intérêt pour le sujet et avoir ainsi potentiellement accès à une autre situation d'observation. J'ai également eu de la chance car ces situations se sont succédé, ce que je n'avais pas prévu ni espéré au préalable. Parallèlement, j'ai procédé par échantillonnage théorique, soit en rassemblant et reprenant les données de mon carnet de terrain au fur et à mesure afin de décider petit à petit des matériaux supplémentaires nécessaires au développement d'une théorie (Glaser & Strauss, 2010 : 138).

Afin de m'ancrer dans une démarche ethnographique, j'ai privilégié l'observation participante : l'immersion dans le quotidien des acteur.ices au sein d'un milieu d'interconnaissance (Beaud et Weber, 2008). En vue de me préparer pour ces trois situations, j'ai notamment consulté le manuel de Nova (2022), dont les exercices et conseils m'ont particulièrement aidée. Avant d'être sur place, j'ai notamment préparé des thèmes liés à mon intérêt et facile à évoquer systématiquement avec les acteur.ices (*ibid.* : 89). Lors de la première pause-café (29.01.23), l'occasion s'est présentée car tout le monde était plutôt silencieux. Durant les deux formations en présentiel, j'ai également tâché de mobiliser « mon corps et mes sens » pour compléter les notes dans mon carnet de terrain (2022 : 17), me demandant parfois comment était la température, les odeurs et le bruit général. Le fait de noter ces impressions et ressentis m'a ensuite permis de me replonger plus facilement dans ces atmosphères lors de l'analyse. Dans cette optique, j'ai également dessiné les deux dispositions spatiales des formations afin de reconstruire l'environnement par la suite (*ibid.* : 23). De plus, j'ai suivi le conseil d'observer et de mobiliser le vocabulaire des personnes (*ibid.* 11), ce qui était facilité par mon stage. Quant à la prise de notes, j'ai tâché de varier autant que possible pour insister aussi bien sur le contenu des propos, sur les visuels présentés, sur les éléments choquant et ceux paraissant plus banals, ainsi que sur les dynamiques de prises de paroles, les différents volumes et tons employés, etc. (*ibid.* 26). Enfin, pour la dernière formation en ligne, j'ai observé les mouvements d'apparition et de disparition de participant.es (*ibid.* 99) indiqués par les termes « [pseudo] *has left the room* (cette personne a quitté la réunion) ».

J'étais une observatrice participante pour les deux premières formations, dans la mesure où j'ai pris part aux activités proposées (Beaud et Weber, 2008). Lors de la première, j'ai eu l'occasion de me présenter en tant que stagiaire d'une autre fédération et d'étudiante-chercheuse en parallèle. Mon objet d'étude n'étant alors pas défini, j'ai expliqué mon intérêt pour la thématique du « processus de fabrication des images de l'aide ». Pour contextualiser cet intérêt, j'ai partagé mon expérience et les difficultés que j'ai pu rencontrer avec ces images, notamment leur manque de sources et leur qualité insuffisante pour l'impression de brochures. Lors de la deuxième formation, comme il n'y avait pas de tour de présentation j'ai profité de discussions de groupes lors des exercices pour expliciter ma position et mon intérêt – qui avait évolué – que j'ai alors présenté comme l' « appréhension de la communication éthique par les membres

d'ONG présent.es lors de formations sur le sujet ». Finalement, pour la troisième formation j'étais plutôt dans une posture de participation observante « masquée » (Fresia 2018 : 48.), bien que je ne l'eusse pas prévu, car elle s'est déroulée en ligne et ma caméra ainsi que mon micro était éteint, comme pour tous.tes les participant.es.

Dans l'intention de donner un aperçu général de cette enquête, je vais à présent décrire ces trois situations d'observations, leurs contextes, les participant.es et le contenu présenté par les intervenant.es.

Formation « Qu'est-ce qu'une bonne photo ? » - 28 janvier 2023

J'ai entendu parler de cette formation en novembre 2022, lors d'une réunion du Secrétariat de la fédération dans laquelle je réalisais mon stage. Ma collègue Paula³⁸, une femme blanche cinquantenaire, me suggère gentiment « comme cela t'intéresse » de m'inscrire pour une formation intitulée « Qu'est-ce qu'une bonne photo ? » qui sera organisée en janvier 2023 par une autre fédération de coopération au développement, qui est gratuite pour les membres de cette fédération et coûte 20.- pour les personnes externes.

La formation se déroule dans la capitale d'un canton romand, accessible en voiture. Valérie, une femme blanche qui s'exprime jovialement et qui a organisé l'évènement, vient me chercher à la gare en voiture. Nous nous rendons dans une zone industrielle, puis dans l'un des bâtiments. La formation a lieu dans une salle de conférence au deuxième étage, dans laquelle des personnes sont déjà assises lorsque nous arrivons. Ces dernières, réparties autour des tables arrangées en U sont : Bernard, un homme blanc, photographe ayant son studio dans la région et intervenant gratuitement pour cette formation ; Jada, l'aînée, une femme noire responsable d'une ONG agissant dans le domaine des violences de genre dans un pays d'Afrique centrale dont elle est également originaire ; Caroline une trentenaire blanche, membre d'une ONG, très souriante et qui se présente comme externe à ce milieu du développement car son emploi n'a « rien à voir » ; et David, un homme racialisé originaire d'un pays d'Amérique latine dans lequel il a fondé son organisation, parfois perplexe lorsque j'exprimer mes questionnements.

³⁸ Tous ces prénoms sont d'emprunt.

Tout le monde a entre 50 et 60 ans, à l'exception Caroline et moi-même. Les ONG représentées sont toutes de relativement petites structures. De manière générale je suis la seule à prendre des notes, bien que trois participant.es aient pris le matériel nécessaire. L'ensemble de cette formation dure de 9h00 à 12h00 et se passe en deux temps. Bernard nous a premièrement donné une leçon théorique d'1h30 sur certaines règles en photographie, centrées autour du cadrage. Puis après une pause-café, lors de laquelle nous échangeons plus amplement entre participant.es, nous nous sommes rendu.es en extérieur afin d'appliquer la théorie en prenant quelques clichés. Durant cette deuxième partie je n'ai pas pu prendre de notes dans mon carnet sur le moment-même et les ai donc prises plus tard.

Au cours de sa présentation, Bernard s'exprime de manière ferme en présentant ces informations comme des vérités presque indiscutables. Il est plutôt jovial et prompt à blaguer avec les participant.es. En termes de contenu, il parle tout d'abord de cadrages « horizontal » ou « vertical », liés pour l'un à de la stabilité et pour l'autre à un certain dynamisme. Ensuite il présente les « diagonales montantes et descendantes » sur une image, ce qui nous permet de comprendre le « sens de lecture » qui va de gauche à droite et de haut en bas (il montre un Z sur l'image en nous expliquant cela). Puis il nous explique la « règle des tiers » selon laquelle l'image est divisée en trois lignes appelées lignes de force et il préconise de placer les centres d'intérêts de l'image sur les points d'intersections de ces lignes, comme dans l'exemple de droite ci-dessous (cf. *fig. 13*).



Fig. 13 : « Portait avec et sans règle des tiers ». (pays et dates inconnus). © Phil Body

Par la suite, il projette un petit film « fait maison » qui récapitule de manière succincte ces informations, pour finalement nous proposer deux exercices : l'un dont l'objectif est de trouver un fruit caché dans l'image le plus rapidement possible et l'autre dont l'objectif est de déterminer quelle est la meilleure peinture en prenant en compte les règles apprises. Les participant.es semblent plutôt confus.es lors de ces exercices et bien que j'essaie intentionnellement de ne pas répondre dans un premier temps pour laisser de l'espace, je finis par le faire par impulsivité et pour éviter de trop longs silences. Caroline répond également quelquefois et s'exclame à un moment « J'ai tout faux ! » en rigolant, en raison de la différence qu'elle constate entre ses propositions et les réponses énoncées et attendues par le formateur. Cette explicitation d'incompréhension n'est pas à généraliser totalement, toutefois elle n'est ni isolée ni propre à cette formation.

Workshop « Rendez vos images équitables, faciliter le changement dans la communication visuelle » - 12 juin 2023

J'entends parler de cette deuxième formation lors d'une discussion avec mes collègues durant mon stage en octobre 2022. Étant alors en phase exploratoire, j'exprime ma curiosité générale pour ces images de l'aide. Luc me dit alors que la fédération est justement en discussion pour mettre en place une formation sur le sujet durant ce semestre ou le suivant. Je me réjouis donc d'assister aux réunions des diverses commissions en tant que stagiaire et de pouvoir suivre le processus organisationnel de celle-ci. En raison d'absences fréquentes lors des réunions, la formation sera finalement fixée au semestre suivant en juin 2023. Je ne serai alors plus stagiaire et viendrai en tant qu'observatrice-participante externe.

Avant la formation, nous recevons un mail nous indiquant le lieu, un espace de *coworking* dans la capitale d'un canton romand, ainsi que la durée de la formation de 16h30 à 20h00. Ce mail enjoint les organisations participantes à envoyer « des exemples de communication, soit en format *jpg*, soit en format *pdf*[...] que vous-même considérez : a) comme exemplaires et bons b) comme plutôt problématiques », dans l'optique de travailler « directement sur votre matière ». Il précise également que la formation est gratuite pour les organisations membres, ce qui est le cas de l'ensemble des participant.es à l'exception de moi-même.

Nous sommes une quinzaine de personnes présentes le jour de la formation (huit femmes et sept hommes), trois grandes ONG sont représentées, cinq ONG de plus petites tailles et deux membres du Secrétariat de la fédération sont présent.es. La majorité des participant.es ont la cinquantaine, voire plus de soixante ans et nous sommes quatre à avoir la vingtaine. L'intervenant, Markus³⁹, est un homme blanc d'environ cinquante ans. Il a fondé en 2019 le cabinet qui propose diverses formes de *consulting* sur ces questions de communication éthique. Il est calme, souriant, porte des sandales ouvertes, un jeans et un t-shirt plutôt décontractés. Il nous dit être sociologue de formation. Les participant.es sont nombreux.euse, et je vais donc présenter ci-dessous certaines de ces personnes dont les voix ressortent dans les données ethnographiques mobilisées pour réaliser ce travail.

Paula qui m'avait accompagné lors de la première formation est à nouveau présente. Pierre est un jeune homme blanc, nouvellement bénévole dans une petite ONG. Il dit avoir déjà suivi une formation qui parlait de « décolonisation dans la coopération » et « traitait brièvement de la question des images ». Il dit également mobiliser ses cours universitaires de sociologie politique pour déterminer la pertinence des images mobilisées ou non par son organisation. Cette utilisation de ressources personnelles démontre la remise en question et la réflexivité individuelle de ces acteur.ices sur la question de ces images ainsi que l'informalité relative des mesures entourant actuellement la production et diffusion de ces images. Laurence et Corinne, assises à ma gauche, sont deux femmes blanches cinquantenaires et membres d'une grande ONG. Laurence prend facilement la parole lors des exercices de groupe et se retrouve souvent à présenter les résultats de celle-ci lors de la mise en commun. Les deux semblent assez proches et échangent parfois des commentaires durant les interventions de Markus. Daniel, assis à ma droite, est un homme noir originaire d'un pays d'Afrique centrale, fondateur et président d'une ONG de taille moyenne qui intervient dans la région où il a grandi. Il prend parfois note de ce que dit le formateur. Nous avons eu le loisir d'échanger à plusieurs reprises et de construire un lien durant mon stage, particulièrement lors d'un entretien biographique pour un autre travail universitaire. Sylvie est une femme blanche ayant la quarantaine, elle est responsable de la

³⁹Tous ces prénoms sont d'emprunt.

communication dans une grande ONG pour laquelle j'ai été mandatée à plusieurs reprises. Nous avons ainsi déjà travaillé ensemble et construit un lien de confiance. Léa est une jeune femme blanche nouvellement membre d'une grande ONG, qui participe vivement lors des discussions de groupe. Elle interagit souvent avec Markus et prend quelques fois des notes. Georges est un homme âgé blanc, membre fondateur d'une petite ONG. Il est très discret, à l'écoute et ne participe pas beaucoup aux discussions de groupe. Enfin, Gérald est un soixantenaire blanc, qui commente fréquemment les propos de l'intervenant lors de la présentation et avec lequel j'ai eu des interactions désagréables à caractère raciste durant mon stage.

Ces parcours individuels particuliers permettent d'appréhender les différences de réflexivité sur ces questions, en fonction de la position sociale (âge, formation ou profession, genre, responsabilités, etc.) et d'autres éléments biographiques des acteur.ices. Trois personnes ont un ordinateur mais seul Pierre l'ouvrira pour prendre des notes. La plupart ont de quoi prendre des notes manuscrites mais ne le feront pas. De manière générale, les participant.es semblent être ouvert.es à l'autocritique et au partage de leurs expériences et paraissent écouter les propos de Markus. Ceci, tout en exprimant que ces images ne sont pas le problème le plus important, ce que souligne par exemple Gérald en évoquant des mises en scène de personnes réalisées dans le cadre de visites touristiques, qui seraient « pire que les photos ». Je reviendrai sur ce processus de négociation autour de ce qui est problématique ou non, « grave » ou non pour ces personnes, dans le premier axe analytique.

Tout au long de la présentation, Markus emploie divers termes pour qualifier ces images : « images éthiques », « images équitables », parfois « image juste » ou encore « image fair ». Son approche du sujet est très pédagogique et il pose explicitement dès le début une atmosphère confidentielle et sans jugement. La formation se déroule en plusieurs temps. Dans un premier temps, pour nous présenter la thématique des « stéréotypes », Markus engage une discussion autour des imaginaires que nous évoque l'Afrique, de même que ceux entourant la Suisse. Il nous amène ensuite à nous demander « À partir de quoi et comment on raconte ? » qui est selon lui une question centrale pour comprendre « qui a le pouvoir et qui n'en a pas » dans la réalisation de ces images. Il définit par la même occasion l'image comme un « instrument de domination ». Dans un second temps, nous nous séparons en groupes de quatre à six personnes.

Chaque groupe dispose de feuilles A5 de couleurs, de marqueurs ainsi que d'une feuille avec deux exemples parmi les images envoyées par les participant.es (anonymisées) et la consigne suivante : « Il faut s'imaginer l'avis de la personne sur la photo ». Nous discutons et après une mise en commun générale entre les groupes, prenons une pause de dix minutes. Après la pause, Markus présente certaines images envoyées par les participant.es pour illustrer des « narratifs des ONG » fréquents et identifiés comme problématiques. Il introduit de cette façon le second exercice, nous distribue une feuille comprenant deux nouvelles images et la consigne « Est-ce que si j'étais cette personne je voudrais la publier ? ». Une fois passée la discussion de groupe et la mise en commun générale, il nous présente les critères essentiels à la réalisation d'une image éthique. Finalement, nous nous répartissons en groupe pour un dernier exercice avec la consigne suivante : « Qui fait ces images ? *White gaze*, ou gens sur place ? ». Lors de la mise en commun, il nous invite à réfléchir à l'« importance des partenaires sur place » et mentionne ainsi le travail de réseautage de son cabinet, qui propose concrètement de « connecte[r] les gens et [...] facilite[r] la cocréation globale sur les productions de contenu visuel ». Autrement dit, le cabinet propose de mettre en lien des ONG suisses avec des photographes et vidéastes locaux dans les pays où sont développés leurs projets.

Cette formation s'est avérée particulièrement riche pour le développement de ma problématique, en raison de sa durée très longue, du nombre important de participant.es et surtout de son format interactif me permettant d'une part de prendre part aux exercices de groupes et d'autre part autorisant les participant.es à s'exprimer plus librement que dans le format d'une conférence. Cela se reflète dans la proportion importante de données issues de cette formation que je mobilise dans les deux chapitres analytiques.

Conférence « Fair talk 7: Decolonization in visual Communication » 20 juin 2023

J'ai eu vent de la tenue de cette conférence en ligne en discutant avec l'intervenant animant le *workshop* présenté ci-dessus. Leur cabinet propose régulièrement des « talk » sur divers sujets liés à la communication visuelle éthique des ONG. Pour y avoir accès en direct, il suffit de s'inscrire *via* un lien que l'on peut trouver sur leur site. La participation est gratuite et l'enregistrement vidéo est également disponible en ligne, ce qui m'a permis de retranscrire cette

observation ultérieurement en complétant mes notes prises sur le moment. Les conférences de ce cabinet sont données exclusivement en anglais et j'ai traduit les propos cités liés à celle-ci.

La conférence d'une heure est coanimée par Emily, membre du cabinet spécialisé et anthropologue de formation, Markus et Yasmina, jeune femme racisée invitée externe de l'ETH Centre de Développement et de Coopération à Zurich. Je n'ai pas de données précises sur le nombre de participant.es, mais aux deux tiers de la présentation il restait une soixantaine de personnes, ce nombre est apparu à l'écran à ce moment alors que certaines quittaient la « *room* (salle virtuelle sur l'application Zoom) ». Contrairement aux formations en présentiel, je n'ai pas de données sur les profils socio-économiques des participant.es, ni sur leur apparence et langage non-verbal, en raison des caméras et micros éteints. Je note tout de même – grâce aux messages dans le *chat*, aux brèves interactions dans l'attente que la formation ne débute ainsi qu'en regard du contenu – la présence de personnes familières avec le travail du cabinet, de potentiel.les internes à leur réseau de « *local creators* (photographes et vidéastes locaux) », ainsi que des membres d'ONG indiquant leur appartenance dans leur pseudonyme, par exemple « Maria, [Nom de son ONG] ».

La conférence se déroule en quatre temps. Premièrement, Emily fait une brève introduction situant les propos du cabinet ainsi que les enjeux de décolonisation qu'elle constate directement en vivant en Australie. Elle laisse transparaître la démarche autoréflexive du cabinet en insistant sur la nécessité de nos retours et suggestions car c'est « important pour la réussite de Faire Picture ». Puis, Yasmina nous présente deux parties intitulées « *Decolonization in politics* (Décolonisation en politique) » et « *Decolonization in research* (Décolonisation dans la recherche) ». Elle nous présente donc des exemples de « continuité de la colonialité » dans divers domaines

Markus prend ensuite le relai pour la partie intitulée « What does decolonization means in visual communication ? (Qu'est-ce que la décolonisation signifie pour la communication visuelle) ». Il identifie plusieurs problèmes dont le pouvoir des images' » :

« Les images nous informent sur le monde, elles possèdent un pouvoir, elles façonnent la manière dont on voit le monde et peuvent décrire la relation entre différents groupes de

personnes, elles peuvent être des instruments de domination et montrer qui détient le pouvoir et qui ne le détient pas » (20.06.23)

En lien avec leur statut de reflet de la réalité, il critique le fait qu'elles façonnent « notre manière de voir le monde » et renforcent nos imaginaires :

« On croit ce que l'on voit avec nos yeux, et si une image nous montre qu'il y a une différence dans la relation entre le Nord et le Sud, par ex. entre éduqué, non-éduqué, ayant du pouvoir ou pas, entre la santé ou la pauvreté. Le plus on voit ces images, le plus cette réalité se solidifie. » (20.06.23)

Il explique ensuite que ces imaginaires sont le socle de justification pour les comportements pratiques, dont certains comportements discriminatoires :

« Les images décrivent, cimentent les relations entre différents groupes sociaux, [...] influencent la manière dont on pense aux autres, et de ce fait légitimise des comportements socialement pris pour acquis » (20.06.23)

En définitive, ces images peuvent selon lui « renforcer les relations de pouvoir » existant dans le domaine de l'aide. Dans une démarche pédagogique similaire à la formation précédente, il commence tout d'abord son intervention en montrant les effets sur le présent de ces images passées, en affichant une comparaison flagrante :



Fig. 14 : « Merry Christmas », 1923, Badagary (Nigeria). © inconnu.



Fig. 15 : « Danke », (pays et dates inconnus). © inconnu.

Il met ainsi en avant l'utilité des stéréotypes qui ont des « raisons fonctionnelles » et « nous aide à simplifier notre monde ». Il rassure l'assistance sur le fait que ces stéréotypes sont partagés collectivement et se reproduisent donc parfois involontairement. D'où l'importance et le « challenge actuel dans la récolte de fonds de ne pas faire ainsi » selon lui. Autrement dit, de ne pas reproduire ces stéréotypes, car « cette image n'est pas du passé » (cf. Fig. 15).

Pour conclure cette présentation des trois formations observées, je vais développer ci-dessous les motivations des acteur.ices rencontré.es lors de deux situations en présentielles, qui sont essentielles à la compréhension des critères définissant pour elleux une « image éthique » que j'explorerai dans mon premier axe analytique.

Les organisateur.ices

Les deux premières formations ont été organisées par deux fédérations cantonales de coopération au développement. Valérie, l'organisatrice de la première formation (28.01.23) déplore le peu d'images « de qualité » reçue de la part des membres et pour celles dont la qualité est « okay », elles ne sont « pas contextualisées, pas nettes, [ou encore] mal cadrées ». Or, cette fédération « a besoin d'images pour visibiliser les projets », dans le but de poursuivre son travail

de plaider envers les bailleurs de fonds (ville, État, entreprises, écoles, etc.) et ainsi soutenir financièrement les projets de ses organisations membres.

En contraste à cet accent sur l'esthétique, les organisateur.ices de la deuxième formation ont explicité leurs motivations : l'envie d' « offrir aux membres la possibilité de se former sur ces questions parfois délicates » ainsi que de se former elleux-mêmes, car ces questions du choix des images sont également très présentes dans cet organe coordinateur qu'est la fédération (réunion de commission de la communication et information, carnet de terrain 14.09.22)

En outre, l'agencement spatial de ces deux formations indique selon moi une volonté de créer un réel espace d'échange et de partage dans un contexte bienveillant. En effet, les tables étaient disposées en U, ce qui paraît moins scolaire qu'un ensemble de tables alignées face au projecteur. Les deux fois également, il y avait de la nourriture et des boissons à disposition, ce qui est souvent le cas lors des formations organisées par les fédérations. Les participant.es prenant parfois sur leur temps libre pour se former, ces victuailles peuvent représenter une façon de rendre le tout plus agréable et attrayant.

Les formateur.ices

Le photographe animant la première formation semblait vouloir partager son savoir-faire en parlant d'un sujet qui le passionne et qu'il apprécie transmettre. Il a également expliqué qu'il faisait cela pour rendre service à son amie Valérie.

Le cabinet mandaté pour la deuxième formation et organisant la troisième, explicite sur son site ses motivations et objectifs : « accompagner professionnellement les ONG dans la mise en place d'un changement dans leur communication visuelle », et ainsi « contribuer de manière plus large à un changement dans les représentations visuelles du Sud global ». Je note également un enjeu de visibilité de leur travail et de leur entreprise, mais les informations concernant leurs offres restent réduites à deux diapositives en fin de présentation pour les deux formations.

L'invitée externe de l'ETH *Center for Development and Cooperation* à Zurich coanimant la conférence en ligne avec le cabinet semblait quant à elle motivée à partager un certain savoir analytique et historique sur un sujet dont elle est experte.

Les participant.es

La plupart des participant.es aux deux premières formations semblent découvrir cette thématique au niveau théorique, bien que les échanges par groupe démontrent la présence au préalable de discussions et doutes internes aux organisations autour de ces images. Dans un contexte précédemment évoqué de manque de temps et de ressources financières pour ces ONG, qu'est-ce qui les a donc poussé.es à s'inscrire, à prendre ce temps non rémunéré pour la majorité ? Jada, présidente d'une petite ONG, dit par exemple avoir de la peine à « recevoir des photos des projets » en raison du « manque de matériel sur place ». Elle souhaite donc prendre en charge elle-même la prise de photos depuis son appareil portable et cherche des outils concrets pour réaliser de « belles images » qui toucheraient le public et inciteraient au don (28.01.23). Je soulève cet exemple car les motivations qu'elle met en avant rejoignent celles de nombreux.euses participant.es. Aussi, il met en avant certaines disparités entre les petites ONG (issues d'initiatives citoyennes suisses parfois familiales, et comportant principalement des bénévoles) et les grandes ONG (ayant des antennes internationales et employant des salarié.es), car cette ONG ne comprend ni secteur de communication ni photographe mandaté.e.

Toutefois, bien qu'elles ne rencontrent pas les mêmes problèmes matériels, les grandes ONG présentes semblent pareillement confuses face à ces questions. Lors d'un exercice de groupe sur une image considérée « problématique » (cf. *Fig. 16*), Léa nous explique qu'iels étaient plusieurs dans leur grande ONG à ne pas apprécier cette image, mais qu'elle a tout de même été publiée. Elle ajoute que c'est d'ailleurs pour avoir « un avis pro » sur ces questions qu'elle s'est inscrite à cette formation. Cette situation démontre d'une part la présence de désaccord et de doutes dans le processus de choix d'image – ceci peu importe la taille de l'ONG – et d'autre part la recherche d'une expertise externe sur ces questions de la part de ces organisations (12.06.23).

En effet, plusieurs acteur.ices mettent en avant un manque de savoir ressenti entourant ces questions, à l'instar de Paula qui est en charge de la mise en place d'un site et a suivi toutes ces formations car « le choix des images est pas si simple... » (12.06.23). Certain.es acteur.ices sont engagé.es depuis un certain temps dans une quête de formation. C'est notamment le cas de Pierre qui, comme évoqué précédemment, avait déjà suivi une précédente formation qui parlait de

« décolonisation dans la coopération » et mobilise également ses cours universitaires pour avoir des outils sur la question (12.06.23). Sylvie m'a également fait part de leur mobilisation du manifeste d'Alliance Sud pour rédiger leur charte interne (12.06.23).

Ces parcours individuels permettent de constater la persistance de ces doutes malgré la participation à des formations ou la lecture et la signature de chartes. Paula, qui a suivi les trois formations, me confie d'ailleurs à la suite de la première qu'elle espère « qu'il y aura plus d'outils » dans la seconde. J'explorerai cet écart entre les attentes des participant.es et le contenu des formations dans le premier chapitre analytique.

Entretiens

Durant la phase exploratoire de ce travail, durant mon stage dans une fédération cantonale de coopération au développement, j'ai réalisé des entretiens ethnographiques évoqués précédemment. Pour mon enquête plus spécifiquement, j'ai réalisé deux « entretiens narratifs » (Rosenthal 2018 : 49) avec Julia en juin 2023 ainsi qu'un entretien d'expert avec N. Bardelli en septembre 2023.

J'ai eu la chance d'avoir été mise en contact avec Julia, une photographe indépendante blanche trentenaire, par l'un de ses amis à qui je parlais de ma recherche. Cette mise en contact tombait parfaitement car je venais de retranscrire ma première observation et je préparais ma deuxième observation. Nous avons échangé par mail, puis fixé un entretien en ligne dans les semaines suivant ma deuxième observation et avons ensuite décidé d'en planifier un second juste après ma dernière observation. Ces entretiens étaient très riches et m'ont permis de mieux contextualiser l'histoire de la photographie entre le Nord et le Sud global ; d'avoir une idée plus précise des différentes étapes habituelles du processus de fabrication des images de l'aide ; et d'entendre son analyse des différentes marges de manœuvres et rapports de pouvoir entre les acteur.ices impliqués dans ce processus. Je voulais originellement faire un entretien d'experte afin de valoriser son expertise dans la prise de photos pour des ONG. Or, après avoir fixé l'entretien, j'ai opté pour un entretien narratif. L'avantage de celui-ci est qu'il laisse la personne interviewée mettre en avant les éléments qu'elle juge importants dans son récit. J'ai donc encouragé la narration en commençant par une question large sur sa vie et elle nous a menées

sur la genèse de sa carrière de photographe, de son engagement pour certaines ONG et sur le sens qu'elle a attribué à ces expériences. J'ai pris des notes durant le premier entretien pour ensuite l'encourager dans le second à aborder des situations particulières évoquées (*ibid.* 52) qui m'intéressaient en lien avec mon objet d'étude. L'élément à garder en tête selon moi, et qui peut s'apparenter à une difficulté dans ce type d'entretien, est la distinction entre ce que Rosenthal (2018) appelle « life story » et « life history », soit le fait que le récit de vie sur des expériences passées – dans ce cas son travail pour des ONG – est inévitablement influencé par la situation actuelle. Nous nous sommes entretenues par visioconférence, ce qui a induit des difficultés techniques, dont l'absence d'audio dans l'enregistrement du premier entretien. De plus, il était parfois plus difficile de saisir des éléments de communications non-verbales à travers un écran, ce qui a impacté la spontanéité des discussions. À titre d'exemple, il était plus compliqué de lui signaler que je souhaitais intervenir sans la couper. Néanmoins, malgré la distance physique et l'écran, la discussion s'est déroulée de manière fluide et assez décontractée, nous semblions toutes deux habituées à interagir par appels vidéo. Du reste, ce médium présente les avantages de faciliter l'accès aux personnes ayant un emploi du temps chargé, ce qui est le cas de Julia, ainsi que de comporter à la fois un enregistrement audio et vidéo. Ce dernier point me semble particulièrement intéressant pour des entretiens qualitatifs, car ces enregistrements vidéo m'ont permis de noter, par après, les détails et éléments de réactions non-verbales que je ne pouvais pas identifier sur le moment.

Quelques mois plus tard, alors que j'avais retranscrit mes observations et entretiens, j'ai sollicité N. Bardelli pour un « entretien d'experte » (Meuser et Nagel 2022). Nous avons en effet eu l'occasion de parler de ma recherche auparavant et elle m'avait généreusement proposé d'en discuter lorsque je serai plus avancée sur mon objet. Cette qualification d'« experte » est toujours relationnelle, elle est en l'occurrence liée à son savoir spécifique sur ces images de l'aide, sur lesquelles elle avait donné un cours il y a quelques années. Un défi fréquent dans ce type d'entretiens est la transition du rôle d'expert.e à celui de « personne privée », mais en regard de la durée très brève de celui-ci (1h), cette dynamique n'a pas vraiment eu le temps de se mettre en place. De plus, le fait que nous ayons auparavant interagi en tant qu'enseignante et étudiante a contribué à maintenir cette distance et cette concentration sur le sujet de mon mémoire. Cet entretien m'a permis de mieux appréhender le champ spécifique des études sur la fabrication

des images de l'aide et de délimiter plus précisément mon objet d'étude en regard des approches de cette thématique des « images de l'aide » existante dans la littérature.

Somme toute, malgré la richesse de ces observations et de ces entretiens, comme tout terrain celui-ci présente quelques limites. Je pense surtout au fait que je n'ai pas pu observer directement le fonctionnement interne de ces ONG basées en Suisse, dont le processus décisionnel entourant la production de leurs images. Je n'ai pas non plus eu l'occasion d'échanger avec des personnes photographiées. Néanmoins, mes observations et entretiens me permettent de traiter indirectement de ce processus, tout comme de ces acteur.ices, de la manière dont iels sont perçus et des exemples de situations auxquelles iels ont pu faire face. Par ailleurs, je me suis centrée sur des données photographiques, alors que nombre de campagnes d'appel aux dons existent actuellement sous format vidéo. Cependant, ayant trouvé peu de textes théoriques traitant de ces images de l'aide en format vidéo – probablement pour la simple raison que cette technologie numérique n'existe que depuis une trentaine d'années – j'ai décidé de me restreindre au médium photographique, en notant que certaines réflexions sont transversales à ces deux médiums.

Après avoir introduit mon terrain, ainsi que mes méthodes de récoltes de données, je tiens à aborder dans le prochain, et dernier, sous-chapitre ce chapitre certaines des nombreuses réflexions m'ayant accompagnée durant cette enquête.

Quelques réflexions sur ma posture et sur les situations d'observation

Dans un premier temps, je présenterai les questionnements m'ayant accompagné durant mon terrain quant à ma posture, à celle des personnes rencontrées ainsi qu'à ces situations particulières d'observations. Dans un second temps, j'évoquerai brièvement les questions d'anonymat.

Pour éviter de simplement « prendre l'autre comme objet »⁴⁰, j'ai essayé de revenir systématiquement à la question évoquée par ma directrice de mémoire : « Who are these people

⁴⁰Leçon d'adieu d'Ellen Hertz, 04.12.24

and what are they doing ? (Qui sont ces personnes et que font-ils »⁴¹. Chercher à comprendre cela nécessite la création d'un lien de confiance empathique avec ces personnes. En plus du temps passé avec eux lors de mon stage et lors des formations, il a ainsi fallu faire preuve d'un certain relativisme. Dans un premier temps, j'ai eu du mal à m'extraire d'idées préconçues et normatives, par peur d'être trop touchée si je « baissais la garde » et apaisais ma méfiance. Le fait d'être racisée dans ces situations d'observations joue certainement un rôle dans ce sentiment. Aussi, je ne pouvais pas simplement effacer mon scepticisme à l'égard de ces images qui ne me laissent presque jamais indifférente. Je ne pouvais pas non plus ignorer mes réticences morales et politiques vis-à-vis de certains aspects du système de l'aide internationale. En revanche, j'ai fait en sorte de comprendre et situer mon jugement, pour ensuite maintenir une distance par rapport à celui-ci. J'ai notamment repéré l'imaginaire de « pouvoir » que je continuais de nourrir et d'attribuer à ces organisations. Ce faisant, j'ai essayé de ne pas nier à ces acteur.ices de l'aide leur capacité réflexive et critique, de même que leur autonomie relative vis-à-vis des organisations qu'ils représentent (Fresia 2018 : 69-70). J'ai également évolué au fil de mes lectures, de mes rencontres et discussions avec eux et de mon stage dans le domaine, pour construire une image plus complexe de la situation et me positionner de manière compréhensive vis-à-vis des acteur.ices observées. J'ai de plus eu la chance de discuter avec d'autres mémorant.es et cela m'a donné du recul sur ce que j'observais et expérimentais. Cette distanciation critique et réflexive m'a permis de mieux interroger : qu'est-ce qu'ils pensent de ces images ? Comment perçoivent-ils ces outils ? Comment reçoivent-ils ou non les propos des intervenant.es ?

En vue de créer un lien de confiance empathique avec ces personnes j'ai aussi dû faire part de réflexivité sur les situations ethnographiques dans lesquelles on s'est trouvé.es : moi dans ma position sociale de jeune femme, racisée, universitaire, issue d'une famille aisée et sociabilisée depuis très jeune au domaine des associations et autres ONG ; et toute une diversité d'acteur.ices rencontré.es durant ces formations (les intervenant.es plus ou moins spécialisé.es sur ces questions, les participant.es membres d'ONG, les organisateur.ices, etc.) ainsi que durant

⁴¹Rendez-vous pour le mémoire avec E.Hertz, septembre 2024.

mon terrain plus vastement (une photographe, des membres d'ONG, ...). Contrairement à d'autres terrains, les acteurs.ices rencontrés étaient plutôt ouvert.es à discuter et partager leurs expériences avec moi, ce qui me pousse à me demander pour quelles raisons iels ont majoritairement accepté de s'ouvrir ainsi, de me faire confiance ? Cela n'est pas évident comme le soulève M. Fresia dans le chapitre « Enquêter au cœur de la bureaucratie transnationale de l'asile » : questionner « les ouvertures », c'est poursuivre l'analyse du monde de l'aide et soulever la problématique plus large de ses relations ambivalentes avec le monde de la recherche et ses relations multiformes à la critique (2018 : 58). Cette ouverture se révèle partielle dans mon terrain.

D'une part, mes collègues comprenaient ma démarche, étant elleux-mêmes passé.es par là durant leurs études. Iels faisaient donc preuve d'une certaine acceptation d'une critique anthropologique envers le développement (Fresia 2018 : 47). Quant aux participant.es, iels étaient dans la même situation pour certain.es, et sinon iels étaient habitués.es à ce regard critique, tout en prenant du recul sur celui-ci « parce qu'après si on pinaille on n'arrive plus à rien » (Laurence, 12.06.23). Iels semblent donc à la fois conscient.es des critiques mais également des limites de celles-ci dans leur application. Aussi, dans un contexte de crise de la légitimité des ONG, de questionnements sur la communication visuelle et de recherche exprimée de solutions de la part des acteur.ices, je devenais une ressource à investir (Fresia 2018 : 60). Bien que je n'aie pas souvent été la cible de requêtes directes, je sentais des attentes quant à la portée que pouvait avoir ce travail : parfois l'expression d'intérêts explicites pour mon sujet ; des demandes de le consulter sa version finale ; ou d'avoir accès aux divers documents que je citais ou récolais. Par conséquent, j'ai tâché d'être la plus transparente possible sur mes questionnements et de me détacher de la peur de décevoir ces personnes. Ce détachement s'est avéré particulièrement difficile, en raison de ma volonté d'apporter quelque chose à la situation complexe dans laquelle iels se retrouvent. Le fait de construire un projet parallèle sur la question en collaboration avec Julia m'a permis de distinguer cette envie d'imposer une *utilité* presque militante à ce travail-ci, pour l'ancrer dans une démarche anthropologique.

D'autre part, ma présence lors des formations a pu susciter une certaine méfiance, à l'image de ce participant qui me dit en riant « Tu viens nous espionner ? » avant que le début

de la deuxième formation ne commence (12.06.24), ou encore une autre personne travaillant dans la coopération au développement, avec laquelle je souhaitais m'entretenir car elle suivait les formations mais qui n'a finalement pas donné suite à mes mails. C'est pourquoi j'appréhendais le fait de menacer l'atmosphère sécurisante et bienveillante revendiquée lors des formations en présentiel. En effet, ce sujet est sensible et les membres d'ONG se retrouvent parfois en situation de vulnérabilité, ouvert.es à la critique, alors que je me situe *a priori* hors de cet enjeu n'étant moi-même pas productrice de telles images. Pour minimiser cette menace j'avais préparé certaines phrases amorçant mon intérêt de recherche, de manière très large et en explicitant mon intérêt pour ce qu'ils pensaient et vivaient.

Somme toute, je ne peux prétendre avoir eu le temps et l'opportunité de tisser des relations de confiance avec toutes les personnes rencontrées lors des formations comme je l'aurais souhaité. J'ai rencontré les participant.es de la première formation (28.01.23) sur le moment-même ; je n'ai pas échangé avec toutes les personnes présentes lors de la deuxième formation (12.06.23) ; et je n'ai pas discuté du tout avec les personnes suivant la dernière (20.06.23) en raison du médium (*Zoom*) et du format (conférence) sans participation, si ce n'est quelques questions à la fin. Mon statut d'étudiante a complexifié l'officialisation et la négociation d'une réelle relation d'enquête avec ces personnes, selon moi (Fresia 2018 : 62), car je n'avais pas toujours l'espace ni le temps pour expliciter ma position et j'étais ainsi parfois « masquée » contre mon gré et adressée plutôt comme (ancienne) stagiaire de la fédération de coopération au développement. Cependant, j'espère et je crois avoir tissé de telles relations de confiance avec certaines personnes, notamment mes collègues Luc et Carla, plusieurs participant.es présent.es lors de la deuxième formation, dont Paula, Valérie, Daniel, Pierre, Léa etc. côtoyé.es durant mon stage et d'autres mandats, ou encore la photographe Julia avec qui je me suis entretenue .

Une dernière question m'a préoccupée, celle de l'anonymisation. Dans le milieu dans lequel j'ai effectué mon enquête, il est aisé d'identifier les acteur.ices évoqué.es pour toute personne familière. Aussi, n'ayant pas le consentement de toutes ces personnes pour l'utilisation de leurs propos et image, bien que j'aie exprimé ma position et ma démarche lors des deux premières formations, j'ai choisi d'anonymiser les noms, les pays d'interventions des ONG, mais également les deux fédérations cantonales de coopérations citées ainsi que le cabinet

spécialisé. Dans le cadre d'un travail plus poussé, je souhaiterais m'entretenir de manière plus approfondie avec ces individus pour établir un degré d'anonymisation qui leur semble pertinent et nécessaire. Mais pour ce mémoire j'ai préféré prendre plus de précautions et accentuer les créations communes de sens et les enjeux transversaux, sans chercher à individualiser les propos. Les images mobilisées pour exemplifier le contenu des formations dans les axes analytiques, ne sont pas nécessairement celles présentées lors de la situation en question, mais sont très similaires. Les sources des figures illustrant ce mémoire dont les noms apparaissent, sont des images produites par des ONG qui n'étaient pas présentes lors de ces formations et qui ne sont pas membres des deux fédérations mentionnées.

Afin d'entrer dans un processus de théorisation, une fois mes entretiens et observations retranscrits et mes mémos analytiques rédigés en parallèle, je me suis penchée sur l'ensemble des données récoltées pour réaliser une analyse globale (Legewie 1994). J'ai tâché de réaliser un codage théorique d'après la *Grounded Theory* en m'aidant du texte de J. Saldaña (2012). J'ai d'abord fait des analyses préliminaires (Flick 2009) des trois observations sur papier afin de ne pas laisser de potentiels passages et éléments de côté et d'ancrer mes interprétations dans celles des acteur.ices. Cette préanalyse a mené à la rédaction de trois textes d'une trentaine de pages, chacun centré sur une observation. J'ai ensuite procédé à un codage théorique *via* Word, regroupant les notions, les logiques et les enjeux se dégageant de mes données et les liant à de la littérature. Puis, j'ai lié ces données préanalysées, au reste de mes données (celles issues de la cartographie des chartes et celles issues des entretiens) à la littérature scientifique, en vue obtenir une image consolidée de ce que j'avais observé lors mon enquête. Autrement dit, j'ai cherché à comprendre ce qui se jouait pour les acteur.ices présent.es à propos de ces images et ce que cela pouvait révéler plus largement dans le système de l'aide internationale.

Dans le chapitre suivant, j'introduis les approches analytiques qui m'ont permis d'appréhender mon objet d'étude, soit les outils mis en place face aux problèmes identifiés dans la communication visuelle des ONG.

Cadres théoriques mobilisés pour appréhender les outils visant une communication visuelle éthique des ONG

Après avoir, dans un premier chapitre, contextualisé la présence des images de l'aide dans la communication des ONG, explicité leur processus de fabrication et souligné son caractère dynamique. Puis avoir, dans un deuxième chapitre, présenté la littérature thématique sur les « images de l'aide » nourrissant ma délimitation d'objet. Pour dernièrement, dans un troisième chapitre, révéler mon terrain de recherche, la posture et la démarche que j'ai adoptées ainsi que les réflexions m'ayant accompagnées durant ce processus. Je vais à présent introduire les approches analytiques mobilisées pour appréhender mes données ethnographiques.

Les notions de « communication visuelle éthique », d'« image éthique » et de « bonne image » ressortaient de mes données en opposition à des images qualifiées de « problématiques » ou « mauvaises » : elles étaient écrites dans les chartes et se dégageaient explicitement ou implicitement des interactions lors des formations. Après avoir préanalysé ces formations, j'ai constaté des incompréhensions et négociations autour de l'« image éthique » et je me suis concentrée sur certains cadres théoriques afin de mieux appréhender ces données en particulier : les approches anthropologiques de la photographie, les approches anthropologiques de l'éthique et les approches en sciences sociales du système de l'aide internationale.

Approches anthropologiques de la photographie

Depuis l'invention de la photographie, les anthropologues ont abordé le médium sous différents angles⁴². Dans son mémoire, J. Bacchetta revient sur l'évolution de l'utilisation de la photographie en anthropologie (2021 : 32-35). Je vais reprendre quelques éléments de ce rapport historique en vue de situer mon approche.

⁴²Des auteur.ices ont d'ailleurs exploré les rapports historiques entre la discipline et le médium photographie (par exemple Morton 2018 cité par Bacchetta 2021).

Dès les débuts de la discipline, la photographie est utilisée comme un outil facilitant l'ethnographie, qui consistait alors à catégoriser les populations rencontrées comme « indigènes », « primitives » ou « sauvages ». Cette approche est accompagnée de pratiques anthropométriques mobilisant les photographies des « indigènes » pour mesurer leurs caractéristiques physiques et distinguer des « races ». Selon la socio-anthropologue et photographe S. Conord, la photographie appuyait scientifiquement les théories du déterminisme biologique et de l'évolutionnisme, tout en construisant l'image de « l'Autre » en opposition à un « Nous » (2007 :12). Dans les années 1920-1930, la photographie est devenue un moyen de « révéler » des phénomènes socioculturels restés jusque-là invisibles (Joseph et Maurain 2018, 5 cité par Bacchetta 2021 : 34). Cette évolution a entraîné une fétichisation du médium, notamment dans le contexte muséal, où ces photographies sont considérées comme de l'art. Parallèlement à cela, elles ont perdu de leur valeur scientifique avec la prééminence du texte en tant que médium scientifique (*ibid.*). Après la Seconde Guerre mondiale, l'approche anthropologique de la photographie a encore été redéfinie à travers l'émergence de l'anthropologie visuelle. Cette discipline a revalorisé l'image comme instrument de recherche à part entière, bien qu'elle soit plus associée à l'utilisation du cinéma documentaire. Au tournant des années 1990, de nouvelles perspectives sont apparues, en particulier avec l'étude des photographies produites par les « indigènes ». Cette approche a remis en question la représentation et les discours liés aux images dans les recherches anthropologiques. Ainsi, les anthropologues ont commencé à considérer les images comme des objets ancrés dans des contextes socioculturels, comme des sites de contestation des représentations et de croisements des idéologies (Morton 2018 : 4-6 in Bacchetta 2021 : 34). Ma démarche s'ancre dans cette perspective, car je n'ai pas produit d'images, si ce n'est pour prendre des clichés ou des captures d'écran d'images de l'aide dans les espaces publiques ou numériques.

Plus récemment, l'arrivée du numérique a également renouvelé ce rapport, ce qui redéfinit inévitablement les enjeux épistémologiques associés à l'image en anthropologie. Selon F. Laplantine, le numérique réintègre les images dans le savoir anthropologique, ouvrant à l'anthropologie de nouveaux possibles, notamment en introduisant une dimension réflexive plus poussée (2012 : 322 cité par Bacchetta 2021 : 36).

Somme toute, la photographie a pendant longtemps suscité un « sentiment de malaise » parmi les anthropologues, en raison de sa vulnérabilité aux interprétations erronées et de sa tendance à être trop « séduisante » (Bacchetta 2021 : 35). Elle a occupé plusieurs statuts, tantôt celui de supports scientifiques, d'objet muséal et d'objet d'étude en soit. Conord souligne que malgré l'évolution du regard anthropologique sur ce médium, la photographie reste souvent perçue comme un simple enregistrement d'une situation lumineuse à un instant donné, alors qu'elle considère que :

« Elle est un produit de technique et d'action, résultant d'une interaction médiatisée par un dispositif, entre le photographe et les sujets photographiés. Elle constitue un mode de représentation spécifique, ancré dans les pratiques et rapports sociaux du monde contemporain ». (2007 : 11)

L'autrice reprend les propos de Barthes, qui s'est notamment intéressé à la singularité de la photographie et stipule qu'elle est « délimitée par un cadre formel, subjectif, construit par les choix techniques et esthétiques du sujet photographiant, issus des relations que ce dernier entretient avec le monde et les sujets photographiés » (Barthes 1980 : 120 cité par *ibid.* : 12).

L'appréhension de la photographie comme objet d'étude permet donc de produire un savoir anthropologique enrichi, surtout lorsqu'il est question de représentations, ce qui semble particulièrement pertinent pour mon objet d'étude. Ces mises en scène desdits bénéficiaires de l'aide sont similaires aux photographies des « indigènes » prises autrefois par les ethnologues en ce qu'elles comprennent un enjeu transversal de représentation de l'« Autre ». C'est pourquoi, je considérerai ces images de l'aide à la fois comme des sites de contestation, des représentations et des objets socialement et culturellement ancrés, en m'intéressant particulièrement à la manière dont ces outils des chartes et des formations appréhendent ces images.

Approches anthropologiques de l'éthique

Mon intérêt pour cette notion d'« éthique » vient de mon incapacité à définir une « image éthique » lors de la rédaction de mes textes de préanalyse basés sur les formations observées.

Cette notion était pourtant au centre de ces formations⁴³ et j'étais quelque peu déroutée de ne pas réussir à comprendre ce qu'elle signifiait pour ces personnes. J'avais auparavant analysé plusieurs chartes traitant de « communication visuelle éthique » et je me rendais compte de parallèles entre les discours des intervenant.es définissant une « image éthique » lors les formations et les critères inscrits dans ces chartes. Ces discours n'étaient cependant pas similaires en tout point et je constatais surtout des doutes, des incompréhensions, voire certains processus de négociation de la part des participant.es quant aux critères éthiques qui leur étaient présentés.

Avant d'analyser cette notion éthique, j'ai cherché à comprendre comment la discipline avait approché cet objet de l'« éthique » qui me paraissait *a priori* largement normatif, et comment ce champ se distinguait de celui de la morale. R. Massé, professeur en anthropologie à l'université de Laval (Québec), stipule que l'éthique n'a jamais été un objet central de l'anthropologie. Il retrace tout de même l'évolution de son rapport à cette question, soulignant d'abord un intérêt pour les enjeux éthiques liés à la bureaucratisation, la professionnalisation et les technologies des systèmes de santé (2000 : 6). Puis un engouement pour les questions du sens des pratiques sociales politiques et économiques (Massé 2009 : 20) qui a mené à un questionnement à deux niveaux : le premier individuel, l'éthique se référant aux mécanismes complexes de construction des jugements moraux individuels, à l'agencéité et à l'autonomie (limitée) d'un individu ; et le second social, en référence aux mécanismes et aux conditions de la production des valeurs et normes morales dominantes ou subalternes (2009 : 22). En regard de la prévalence du terme de « morale » dans la littérature thématique découverte, en contraste à celui d'éthique dans mes données ethnographiques, comment se distinguent-ils ?

D'après le *Dictionnaire des sciences sociales*, ces termes d'éthique du grec *ethos* (habitude) et de morale du latin *mores* (mœurs) renvoient tous deux à l'« ensemble des jugements relatifs au bien et au mal, pour diriger la conduite des êtres humains ». Mais la morale engagerait l'idée d'une transcendance et d'une abstraction d'un devoir universel ; alors que l'éthique serait d'abord une sagesse d'ordre pratique, visant une bonne vie (Dortier 2013 : 234).

⁴³ Ce qui est particulièrement le cas pour les deux dernières formations.

Gallenga constate également – dans un ouvrage collectif en anthropologie de l’entreprise⁴⁴ – une différence dans les usages des deux termes : la « morale » est réservé au type de valeurs héritées du passé, comme « ce qui est transmis » ; alors que l’« éthique » est plutôt utilisée dans les domaines où les normes et les comportements sont à construire, au moyen d’une réflexion individuelle ou collective (*ibid.* : 24-25). L’auteurice s’intéresse aux processus de production de l’éthique de manière concrètement située, en se disant qu’il n’existe pas d’éthique générale mais une éthique « en train de se faire » (*ibid.* : 26). Selon elle, c’est « dans les marges de négociation que se joue l’éthique » (*ibid.* : 31).

Sa démarche s’ancre dans un contexte de discrédit du politique, d’essor de l’humanitaire, des enjeux environnementaux, etc. dans lequel elle constate l’essor de l’« éthique appliquée »⁴⁵ (*ibid.* : 23). Elle constate un manque dans ce domaine, qui prend en compte l’entreprise dans son acception normative, mais ne considère que très peu l’« éthique entrepreneuriale » comme un objet en soi (*ibid.*). Elle propose donc d’interroger les pratiques, les codes et les discours entourant cette « éthique entrepreneuriale » (*ibid.* : 29) et sa circulation dans le quotidien de l’entreprise. (*ibid.* : 35). En m’inspirant de cette démarche, j’interrogerai les pratiques et discours entourant la notion d’« image éthique » en lien avec les chartes et surtout les situations de formation sur la communication visuelle des ONG. Ceci en y soustrayant un certain débat normatif, c’est-à-dire, en évitant de statuer sur la pertinence d’une éthique de communication visuelle, ou de définir de ce qu’elle devrait être. Cette démarche peut être un défi, dans la mesure où il faut dissocier l’objet empirique de la notion philosophique.

Bien qu’elle s’ancre dans l’anthropologie entrepreneuriale, sa démarche m’a permis d’orienter mon approche de cette notion d’éthique ainsi que la production de normes y étant liée dans son sensémique, ce qui semble pertinent pour mon objet d’étude. Aussi, bien que les

⁴⁴ Dans un contexte d’intérêt pour l’éthique en anthropologie : soit en l’associant à la posture méthodologique – comme par exemple dans l’éthique de la recherche - soit dans des domaines spécifiques comme l’anthropologie du corps ou de la santé, Gallenga constate un manque : cet intérêt ne concerne finalement que peu l’éthique de l’entreprise, qui en anthropologie de l’entreprise n’est également que très peu considéré comme objet en soit et observé dans ses usages (2013 : 29).

⁴⁵Cette expression recouvre l’analyse de situations précises et concrètes dans différents champs : la bioéthique, l’éthique environnementale, l’éthique professionnelle ou encore l’éthique entrepreneuriale (*ibid.*).

organisations observées durant mon terrain ne soient pas des entreprises et que certains enjeux soient nécessairement différents, il existe plusieurs parallèles entre le milieu de l'entreprise et celui des ONG, du moins en regard des propos, du reste limités, de ce mémoire. D'abord, le fait que les chartes et autres codes de conduite des ONG s'inspirent du milieu entrepreneurial, comme expliqué précédemment (Brugvin 2016 : 61). Ensuite, Carion explique que malgré la tendance définissant le secteur associatif par opposition à celui de l'entreprise, il doit selon elle toujours « vendre » à son public des idées, des projets ou des changements de comportement (2010 : 3). Les organisations mobilisent ainsi également des outils *marketing* qui leurs permettent de se développer, leur donnent la possibilité d'être plus présentes, persuasives et efficaces (*ibid.*). Enfin, dans le cadre du « phénomène social d'inflation de l'éthique » dans le monde du travail (Gallenga 2013 : 24), le milieu de l'entreprise – comme celui des ONG – doit répondre à des impératifs économiques, tout en mettant en place une « éthique » se déclinant dans les statuts divers et les micro-stratégies des acteurs (Gallenga et al. 2013 : 6).

Aussi, en vue de comprendre comment la notion d'« image éthique » est définie par les acteurs présents lors de situations de formations, je considérerai le discours de ces dernières comme un « ensemble d'idées, de concepts, et de catégories à travers lesquelles un sens est donné à un phénomène » (Hajer 1993:45 cité par Cornwall et Brock 2005 : 3). Il peut exister différents discours dans même stratégie, parfois même contradictoires, et ces discours peuvent au contraire circuler d'une stratégie à l'autre sans changer leur forme (Foucault 101-102 : 1979 cité par *ibid.*).

Ces cadres théoriques influencent ma démarche dans un premier axe analytique en m'incitant d'une part à considérer les images de l'aide comme des objets de contestation et de négociation, ancrés dans des rapports sociaux et des discours sur l'« Autre ». Et d'autre part, à considérer les définitions émiques de l'« image éthique » au sein des chartes et des formations sur la communication visuelle des ONG. Dans le cadre d'un second axe analytique, afin d'élargir l'analyse, je me suis demandé quels enjeux plus larges permettent d'expliquer en partie la situation complexe entourant le processus de fabrication des images de l'aide.

Approches en sciences sociales du système de l'aide internationale

Dans le premier comme dans le second axe, je me suis intéressée au concept de *buzzword*⁴⁶ des autrices A. Cornwall, anthropologue et professeure au *King's College* (Londres), et K. Brock, consultante indépendante. Dans leur ouvrage *Beyond Buzzwords* (2005), elles s'interrogent sur la forme et la fonction de ces « mots à la mode » dans les déclarations d'intention des agences de développement. Les deux chercheuses se demandent en quoi ces mots ont changé avec le temps et analysent leur emploi dans deux outils : les documents de stratégie pour la réduction de la pauvreté (DSRP) et les Objectifs de développement pour le millénaire (2005 : iii). Elles postulent qu'il faut démonter la chaîne reliant certains *buzzwords* – en l'occurrence elles parlent de « la réduction de la pauvreté », « la participation » et « l'autonomisation » – et nommer les différentes façons dont ces mots peuvent être compris. Cette attention apportée aux assemblages particuliers de mots dans la rhétorique actuelle du développement me semble pertinente pour mieux appréhender la notion d'« image éthique ».

Suite à ma première analyse appuyée par les cadres théoriques présentés ci-dessus, j'ai souhaité appréhender plus globalement la situation à laquelle les actrices faisaient face dans le cadre d'un second axe analytique. Afin d'expliquer en partie et de contextualiser les résultats de mon premier axe, je me suis concentrée sur deux enjeux transversaux au système de l'aide internationale, imprégnant selon moi le processus de fabrication des images de l'aide : le « modèle de globalisation néolibéral » et le « régime de représentations racialisé ».

Pour expliciter ces enjeux transversaux, je me suis penchée sur la socio-anthropologie du développement (Olivier de Sardan 1995), mais aussi sur des approches interdisciplinaires critiques de la globalisation néolibérale (Kamat 2004, Cremin 2011). Je me suis également intéressé à une approche du développement comme discours de domination (Escobar 1995) et enfin aux pratiques de marquage de la différenciation raciale, non pas conceptualisées

⁴⁶Ce terme n'a pas de traduction française à ma connaissance, c'est d'ailleurs le propos d'une note de bas de page de G. Rist dans son article « Development as a buzzword » (2007) dans laquelle il explique son choix d'écrire de ce fait cet article sur les buzzwords du développement en anglais.

originellement pour parler de l'aide, mais des images circulant dans la culture populaire anglaise (Hall 1995).

Les ONG au sein de la globalisation néolibérale

Afin de traiter de l'enjeu de la globalisation néolibérale, j'ai commencé par la tension mise en avant par le socio-anthropologue Olivier de Sardan. Il souligne les effets inattendus de l'aide sur les dynamiques sociopolitiques des zones de d'interventions (1995 cité par Fresia et al. 2018 : 10) et met notamment en avant le paradigme altruiste du développement qui masque, selon lui, les réalités « de marché et d'arène » du développement (1995 : 177). Cette tension est particulièrement saillante dans la recherche et la mise en place d'outils pour une communication visuelle éthique des ONG. Afin de l'appréhender, j'ai choisi de partir principalement des propos des intervenant.es , pour comprendre ce qu'ils considèrent comme problématique dans la communication visuelle, dans l'optique de découvrir de potentiels points aveugles, qui « masqueraient » certaines réalités. Ce faisant, j'ai constaté une certaine tension autour du statut illustratif attribué à ces images, qui semblent d'une part critiqué, mais qui imprègne, d'autre part, les propos des acteur.ices.

Dans l'optique situer le statut attribué à ces images par les acteur.ices, j'ai lu l'article « The Privatization of Public Interest: Theorizing NGO Discourse in a Neoliberal Era » de S. Kamat (2004). Cette autrice en sciences sociales propose une analyse interdisciplinaire et critique de la globalisation, considérant que les ONG sont incorporées de manière complexe aux divers niveaux (inter)nationaux du modèle néolibérale (*ibid.* : 155). Son article me permettra de mettre en avant l'impact de l'affiliation des organisations à la notion néolibérale de « société civile » sur les images de l'aide et de faire le lien avec les propos de la sociologue E. Cremin qui situe les images dans le marché de la « conscience sociale » (2011 : 81). Ces approches apporteront un éclairage sur les principaux problèmes identifiés par les intervenant.es et sur ce qu'ils masquent potentiellement, soit le statut non-questionné attribué à ces images de l'aide et ce qu'il implique dans la manière de penser ces outils.

Ces approches me permettent donc de mettre en lumière certains points aveugles dans les contenus des chartes et des formations. Mais il est essentiel de préciser les limites de ces cadres

théoriques : ces organisations ne sont ni homogènes ni totalisantes et leurs contours sont moins délimités qu'il n'y paraît (Fresia et al. 2018 : 10) à travers le terme généralisant d'« ONG » que j'emploie, par simplification et en raison de mon objet d'étude. Aussi, l'incorporation de ces organisations de manière complexe et à divers degrés dans le modèle de globalisation néolibéral me semblait essentielle à mettre en avant pour comprendre le rôle attribué à ces images, mais cela ne signifie pas qu'elles véhiculent de manière intentionnelle un projet hégémonique néolibéral (*ibid.*).

Les images de l'aide dans le système de représentations racistes

Ensuite, en vue de creuser le deuxième enjeu identifié, je mobiliserai la pensée de l'anthropologue A. Escobar, influencé à la fois par la sociologie latino-américaine de la seconde moitié du 20^{ème} siècle et par M. Foucault, qui « déconstruit les discours de l'aide, ses présupposés et les rapports de domination qu'elle véhicule » (1991 cité par Fresia et al. 2018 : 10). Dans son ouvrage *Encountering Development : the making and unmaking of the third world* (1995) il questionne notamment comment le développement – comme discours et stratégie de domination culturelle, sociale, économique et politique – a pu modeler la réalité des pays catégorisés comme « sous-développés » (*ibid.* : 40). Je souhaiterais élargir cette définition en stipulant que ce discours a également un langage visuel. Cette appréhension des images de l'aide comme un langage visuel qui ordonne le monde, me permettra de prendre en compte l'inclusion systématique de nouveaux problèmes dans cet ensemble d'imaginaires possibles et l'exclusion de ce dont le développement devrait se préoccuper d'après cet auteur, soit « les gens » (*ibid.*).

Dans l'intention de mieux appréhender cet ensemble de représentations possibles dans les images de l'aide, j'ai repris le concept de « régime de représentation » du sociologue britannique Stuart Hall. Selon moi, la pensée de ces deux auteurs se rejoint dans leur prise en compte du « pouvoir » comme une force génératrice d'idées dominantes et de structures institutionnelles, autrement dit cet « hidden in plain sight source of power (source de pouvoir cachée de la vue de tous) » (Niezen 2018).

Dans son ouvrage *Representation : Cultural Representations and Signifying Practices*, Hall analyse les stratégies pour marquer la différence en tant que « signifying practice (pratique

signifiante) » engageant des sentiments, attitudes et émotions chez le public, notamment des peurs et des anxiétés plus profondes que ce que l'on pourrait communément penser (1997). Il analyse plusieurs exemples de la culture populaire européenne compris dans ce qu'il nomme le « racialized regime of representation (régime de représentation racialisé) », défini comme « un répertoire d'imageries et effets visuels à travers lequel la différence est représentée à un certain moment dans le temps » (1997 : 256). Dans le chapitre *The spectacle of the 'other'*, Hall questionne l'image et ce qu'elle nous dit de la race, du genre, de la sexualité, de l'identité culturelle. Il se demande si ce régime de représentation basé sur le marquage de la différence raciale et de l'altérité, formé dès le 16^{ème} siècle, a encore des traces dans la société contemporaine.

Hall identifie trois moments-clefs historiques lors desquels l'« Occident » est entré en contact avec des « populations noires », donnant lieu à un flot de représentations populaires basées sur le « marquage de la différence raciale » et l'« altérité » (*ibid* : 239) : le 16^{ème} siècle avec le contact entre l'Europe et les royaumes africains, suivi par l'émergence d'une idéologie raciale ; la colonisation européenne de l'Afrique avec la production de cartes, de dessins, de photos, de produits de base influençant l'image de la différence raciale de l'occident ; et les migrations issues du « tiers-monde » suivant la Seconde Guerre mondiale (*ibid*. 240-250). Dans la continuité de sa démarche, j'aborderai ces images de l'aide représentant l'« Autre racialisé » dans la continuité du « régime de représentation racialisé » hérité de l'esclavagisme et de la colonisation européenne du continent africain (*ibid*. 251). Je mettrai en lumière la continuité de ces représentations, aussi dans des formes de « contre-stratégies » et malgré l'évolution de ces images (*ibid*. 269).

En définitive, ma première question analytique est la suivante : comment la notion d'« image éthique » est-elle interprétée et mobilisée au sein des chartes et des formations mises en place face aux problèmes de la communication visuelle des ONG ? Mon premier objectif est d'intégrer l'analyse des images produites par des ONG transnationales comme données empiriques, pour proposer une lecture anthropologique de la notion éthique d'« image éthique ». J'analyserai les critères définissant une « image éthique » dans les chartes, en appréhendant ensuite cette « éthique » comme un potentiel nouveau *buzzword* du développement. Puis je

m'intéresserai aux processus de négociations entourant cette notion durant les formations, pour appréhender celles-ci comme de potentiels lieux de construction d'une éthique. Dans l'optique de contextualiser quelque peu les résultats observés dans ce premier axe et chercher à comprendre ce que cet objet peut dire du système de l'aide internationale, mon deuxième objectif est d'interroger dans quelle mesure les logiques transversales de la « globalisation néolibérale » et du « régime de représentation racialisé » imprègnent dans le processus de fabrication des images de l'aide ainsi que la création de ces outils. Mon deuxième objectif est donc de situer les discours et pratiques de ces acteur.ices à la lumière de ces enjeux.

Vers des images de l'aide « éthiques » ?

Dans ce chapitre, j'analyserai comment la notion d'« image éthique » est définie au sein de deux outils mis en place pour une communication visuelle éthique des ONG : dans des chartes traitant de cette thématique ainsi que par les acteur.ices présent.es lors de trois formations relatives à ces images de l'aide. À cet effet, je présenterai dans un premier sous-chapitre les critères définissant une « image éthique » dans sept de ces chartes. Dans un second sous-chapitre, je mettrai en avant les processus de négociations entourant la définition de cette notion durant les formations observées. Ceci, en vue de d'appréhender ces formations comme de potentiels lieux de production d'une éthique « en constructions » (Droit 2009 : 20-21 cité par Gallenga 2013 : 24), en contraste avec les chartes présentant des critères éthiques écrits.

Des chartes pour une communication visuelle éthique des ONG

Dans ce premier sous-chapitre, je présenterai des documents que je regroupe sous l'appellation « chartes », comportant à la fois des codes, des lignes de conduite, des communiqués de presse ainsi que d'autres outils écrits par des ONG ou des regroupements d'organisations. Ces documents sont majoritairement « des instruments dont l'adoption est volontaire et non contraignante par lesquels une organisation s'engage à respecter certaines règles » (Brugvin 2016 : 61). J'ai exploré les thématiques qu'ils abordent, leurs origines et leurs contextes de mise en place dans le chapitre « Terrain et posture méthodologique ». Je vais à présent particulièrement me concentrer sur les critères présentés dans ces chartes comme

nécessaires à une communication visuelle « éthique ». J'en exposerai quatre principaux : le critère du « consentement informé » des personnes photographiées ; celui de la « transparence » vis-à-vis du public ; ainsi que les critères interreliés d'« authenticité » et de « dignité » des personnes mises en scènes sur ces images. Pour finalement appréhender ces critères à la lumière du concept de *buzzword* du développement (Cornwall et Brock 2005).

Premièrement, le respect du « consentement informé » des personnes photographié.es, parfois nommé « consentement éclairé », correspond au fait de prouver oralement ou par écrit que les protagonistes ont été informé.es des éléments résumés dans cet extrait :

*« Pourquoi l'ONG souhaite les filmer/photographier/interviewer (à des fins de collecte de fonds/de communication/de campagne, etc.). Quelles seront les communications qui en résulteraient (annonce/publication, etc.). Comment et où cela sera communiqué (par quels canaux/médias et à qui). [...] Combien de temps leur image et autres informations personnelles seront conservées par l'ONG. [Le fait] qu'ils ont le droit de retirer leur consentement pour une utilisation ultérieure, à tout moment. Comment ils peuvent retirer leur consentement. [...] »*⁴⁷ Extrait de *Putting the people in the pictures first : ethical guidelines for the collection and use of content* (Bond 2019).

Ces questions sont semblables dans la plupart des documents, à savoir : pourquoi on veut les photographier, sous quel format ces images seront publiées et diffusées, combien de temps leurs images seront mobilisées et comment la personne procède pour retirer son consentement si elle le souhaite. Conformément à chartes, pour que le consentement soit « informé » ou « éclairé », ces questions doivent être adressées antérieurement à la prise de photo et être ensuite rediscutées tout au long du processus, de manière claire et compréhensible pour les protagonistes :

« Les informations partagées au cours du processus de consentement éclairé doivent être claires et rédigées dans une langue que les contributeurs peuvent comprendre. [...] le consentement des contributeurs résulte d'une communication efficace avant, pendant et

⁴⁷ Traduction personnelle.

après la collecte d'images. »⁴⁸ Extrait de *The people in the picture : Vital perspectives on Save the Children's image making* (Save the Children 2017).

Deuxièmement, l'importance de la « transparence » envers le public émane fréquemment de ces documents. Ce critère correspond au fait de ne pas manipuler excessivement la photographie lors de son traitement et de la contextualiser de manière précise lors de sa diffusion. La « transparence » définie dans ces chartes suppose l'existence d'un véritable sens de l'image pouvant être altéré par de trop importantes manipulations, ce qui induirait le public en erreur :

« [Concernant les] *manipulation numérique* [...] *il est entendu que les concepteurs ainsi que ceux qui éditent et utilisent les images apporteront certaines modifications en post-production [comme le recadrage] pour des raisons liées à la conception et à la mise en page. Il n'est cependant pas acceptable d'apporter des modifications à une image (photographie ou film) qui changent son contexte ou sa signification.* » Extrait de *Putting the people in the pictures first : ethical guidelines for the collection and use of content* (Bond 2019).

Les modifications sont donc inévitables, mais pour respecter le critère de « transparence » elles ne doivent pas « changer le contexte ou la signification » d'une image. Les chartes présentent parfois cette « mise en scène » excessive par des techniques de (re)cadrage, comme un élément exagérant la vulnérabilité des bénéficiaires, ce qui est déconseillé :

« *Évitez de recadrer les images lorsque cela est possible. Cela peut exagérer la vulnérabilité et le dénuement, en particulier chez les enfants. Le recadrage peut également être trompeur. [...] Soyez prudent lorsque vous cadrez une photo. Considérez l'angle de la photographie. Par exemple, évitez de prendre des images méprisant une personne ou un groupe car cela crée une impression de vulnérabilité.* »⁴⁹ Extrait du *Dóchas Guide to Ethical Communication* (Dóchas 2023).

⁴⁸ Traduction personnelle.

⁴⁹ Idem.

Ces documents traitent souvent de la figure de l'enfant comme particulièrement « vulnérable » (Concord 2006, Terre des hommes 2018, Bond 2019, etc.). Dans l'optique d'éviter ce type de catégorisations, ils valorisent la contextualisation précise de l'image, soit le fait de :

*« Représenter fidèlement toute image ou situation représentée, à la fois dans son contexte immédiat et dans son contexte plus large, afin d'améliorer la compréhension du public des réalités et des complexités du développement [...] »*⁵⁰ Extrait du *Code of Conduct on Images and Messages* (Concord 2006).

Ce contexte aiderait ainsi le public à appréhender la complexité des situations des personnes photographiées et du développement. Le troisième critère sur lequel je vais m'attarder, lié à cette « transparence », est celui qui promeut la présentation « authentique » et « digne » de ces personnes :

« Nous transmettons une image authentique et réelle du Sud. Nous expliquons le contexte dans lequel nous opérons et mettons en évidence les causes structurelles de la pauvreté et de l'exclusion. Nous nous concentrons sur la durabilité et la transformation des conditions politiques, économiques et sociales. De cette manière, nous contribuons à la formation de l'opinion publique et encourageons un discours factuel sur le développement et la coopération. » Extrait du *Manifeste pour une communication responsable de la coopération internationale* (Allianz Sud 2020).

Dans cet extrait, une image « authentique » a trait au critère évoqué précédemment, soit d'être « transparent » quant au contexte, en l'occurrence les « causes structurelles de la pauvreté ». Comment cette notion d'« authenticité » est-elle définie dans ces documents ?

« Représentation authentique : nous nous engageons à fournir la vérité et le contexte lorsque nous dépeignons la vie des individus et des communautés avec lesquels nous travaillons. [...] Nous éviterons de déformer les communautés en ne présentant qu'une petite partie d'un tableau plus vaste et en renforçant les stéréotypes dans les communications. Au

⁵⁰ Traduction personnelle.

lieu de cela, nous choisirons des images et des messages qui montrent la dignité et l'action des personnes vivant des situations difficiles. Nous fournirons un contexte et des nuances appropriés dans le récit pour aider à expliquer comment les gens eux-mêmes travaillent pour le changement. Nous nous efforcerons d'éviter d'évoquer la pitié ou la charité et de promouvoir plutôt des images de coopération et de collaboration locales et internationales. [...] Essayez de représenter une diversité de personnes en images plutôt que d'utiliser de manière répétée des photographies d'enfants, ou de femmes et d'enfants. Créez de la diversité en incluant les hommes, les personnes âgées, les personnes handicapées et d'autres groupes. Montrez des femmes et des hommes dans une variété de rôles. » Extrait du Dóchas Guide to Ethical Communication (Dóchas 2023).

Cette charte prône une représentation « authentique » et « digne » du Sud global et des protagonistes dans l'optique d'éviter les « stéréotypes dans les communications ». Les stéréotypes en question sont principalement ceux évoquant « la pitié ou la charité », par exemple le fait de mobiliser continuellement des « photographies d'enfants ou de femmes⁵¹ » comme figures « vulnérables ». Le document valorise au contraire « des images et des messages qui montrent la dignité et l'action des personnes vivant des situations difficiles ». Cet extrait illustre l'articulation des termes émiques « d'authenticité » et de « dignité » dans ces chartes, soit le dernier critère présenté dans ce sous-chapitre. Il revient fréquemment et signifie principalement d'éviter de présenter des « bénéficiaires passifs » :

« Nous faisons preuve avec notre communication de respect pour la dignité et les droits universels de toutes les personnes. Chaque fois que cela est possible, nous laissons la parole aux populations et à nos partenaires du Sud. Nous les montrons comme des partenaires actifs qui prennent leur avenir en main et influencent positivement leur environnement politique, économique et social. Nous évitons ainsi une conception paternaliste du développement, des stéréotypes sur la misère et l'image de bénéficiaires passifs de l'aide. » Extrait du Manifeste pour une communication responsable de la coopération internationale (Allianz Sud 2020).

⁵¹Dans l'optique d'une analyse dépassant le cadre de ce mémoire, les enjeux liés au genre des personnes photographiées me sembleraient essentiel à creuser.

Représenter des personnes de façon « authentique » exprime donc le fait de les représenter en personnes « dignes », ce qui implique de marquer leur « activité » car elle rend leur agentivité visible. Ce critère s'oppose implicitement à l'approche plus sensationnaliste de la figure de la « victime » particulièrement critiquée depuis les années 1980.

Dans ce sous-chapitre, j'ai exploré quatre critères présentés comme essentiels à la réalisation d'une « image éthique » dans ces chartes : le critère du « consentement informé » ; la « transparence » vis-à-vis du public ; ainsi que les critères interreliés de représentation « authentique » et « digne » des protagonistes et du Sud global. En parallèle à l'analyse des documents exposées ci-dessus, j'étais stagiaire dans la fédération de coopération au développement et je constatais que la majorité des acteur.ices rencontrés.es n'avaient pas connaissance de ces documents. Cette fédération avait d'ailleurs décidé d'organiser une formation sur les questions de communication visuelle éthiques, constatant un manque d'informations sur ces thématiques chez les organisations membres. Ces chartes semblaient donc insuffisantes pour répondre aux questionnements de ces dernières.

Cela s'explique en partie par le fait qu'elles sont majoritairement en anglais et contiennent en général plus d'une vingtaine de pages. De plus, la lecture de ces dernières soulève de nombreuses questions : qu'est-ce qu'un cadrage qui changerait *excessivement* le sens d'une image ? Comment expliciter la complexité des causes structurelles de la pauvreté expliquant *en partie* la situation d'un.e protagoniste à travers une image ? Ceci, en évitant toutefois de présenter ces personnes comme vulnérables en accentuant leur dignité, tout en restant authentique et proche de la *réalité* dépeinte. Et enfin, qui définit la dignité d'une personne ou l'authenticité d'une représentation ?

L'« éthique » : nouveau buzzword du développement ?

Outre les questions d'accessibilité et de connaissance de l'existence de ces documents par les acteur.ices rencontrés.es durant mon terrain, les critères éthiques inscrits dans ces chartes de « consentement informé », de « transparence », d'« authenticité » et de « dignité » interrogent quant à leur application concrète et de ce fait à l'utilité des chartes. Les autrices Cornwall et Brock constatent que la présentation de solution dans les politiques de développement est

souvent principalement basée sur des « buzzwords » du développement, qu'elles définissent ainsi :

« Dans le monde de la politique de développement, où les choses changent vite, les mots à la mode sont pour beaucoup dans la présentation des solutions. Aujourd'hui, les conceptions orthodoxes du développement se résument en un assemblage séduisant de mots, parmi lesquels la 'réduction de la pauvreté', la 'participation' et l' 'autonomisation' ont une place de choix. Ces mots donnent une impression de justesse et rendent optimiste quant aux politiques de développement actuelles. Ils laissent à penser que le monde est gouvernable, contrôlable, que chacun y a la possibilité de prendre part aux décisions qui ont une incidence sur sa vie et que les politiques établissent clairement le mode d'emploi à suivre dans la pratique. » (iii : 2005).

Ce concept permet de mieux appréhender ces chartes rédigées et signées par des ONG, spécifiquement dans un contexte concurrentiel pour leurs financements, dans lequel leur légitimité doit en permanence être renouvelée. En effet, selon Cornwall, de même que les critères éthiques présentés ci-dessus, ces *buzzwords* n'ont « pas de définition claire et ferme », ce qui leur permet d'un côté un certain « consensus rassurant » essentiel pour la mise en place de politique et de l'autre ils sont prompts à « être interprétés de diverses manières » (2007 : 472). D'après les autrices, ces termes évoquent également « une mutualité reconfortante » et la « promesse d'une tout autre manière de faire du business » (Cornwall et Brock 2005 : 1). Ces caractéristiques se retrouvent dans la communication visuelle « éthique » prônée dans ces outils. Les termes de « consentement informé », de « transparence », de « dignité » et d'« authenticité » présentés comme nécessaires à une « communication visuelle éthique » sont séduisants et rendent optimistes quant aux politiques de développement actuelles. De plus, les autrices expliquent que cet assemblage particulier de mots décrit et justifie certaines interventions en matière de développement (*ibid.* : iii). En effet, sous couvert de soutien technique, les chartes et lignes de conduite produites et mises en circulation dans le système de l'aide orientent indirectement l'action en contribuant à stabiliser une « mise en ordre du monde » (Hertz 2009 cité par Fresia 2018 : 50). De nouvelles normes et critères revendiqués par les ONG émergent ou sont renforcées à travers ces chartes et leur prévalence légitimise ensuite des champs d'action spécifiques. Le terme « vulnérable » fréquemment inscrit dans les chartes réifie

par exemple la figure de l'« enfant vulnérable » (de Suremain et Bonnet 2014 cité par Fresia 2018 : 50). Aussi, ces termes inscrits dans les chartes imprègnent et encadrent selon moi la mise en place dans la pratique de formations sur la communication visuelle des ONG, que j'analyserai dans le second axe analytique.

La notion d'« image éthique » inscrite dans ces chartes ainsi que les critères la définissant apparaissent ainsi comme un assemblage de termes consensuels, connotés positivement, prompts à diverses interprétations, rassurants et prometteurs quant aux politiques de développement et l'avenir qu'ils assurent livrer. Les normes inscrites dans ces chartes ainsi que leurs prémisses ne pouvant *a priori* pas être sujettes à discussion, j'explorerai dans un second sous-chapitre dans quelle mesure les situations de formations sur ces questions de communication visuelle s'apparentent à des espaces d'échange et de création d'une éthique faisant l'objet d'une véritable discussion (Gallenga 2013 : 28). J'analyserai la manière dont les intervenant.es et les participant.es aux formations définissent la notion d'« image éthique » afin de mettre en avant les processus de négociation, mais également les critères sous-jacents non questionnés et communs à leurs discours.

Des formations spécialisées : qu'est-ce qu'une « image éthique » ?

« En entrant dans la salle de séminaire de cet espace de coworking en ville de Neuchâtel, je découvre un arrangement de tables formant un U. Au bout de celui-ci est déroulé l'inévitable écran sur lequel un projecteur affichera le PowerPoint structurant cet atelier. Sur la première slide figure déjà le titre « Rendez vos images équitables, faciliter le changement dans la communication visuelle - workshop pour (nom de la fédération) – (nom du cabinet) ». Sur le côté gauche sont présentées quelques victuailles (deux grands pains-surprise au jambon, ainsi que de petits légumes coupés accompagnés d'humus) et boissons (divers jus de fruits et des carafes d'eau). Les fenêtres sont ouvertes, mais l'air reste sec et chaud dans cette salle accueillant peu à peu les participant.es, qui prennent place en prenant des nouvelles les un.es des autres. Deux lumières sur quatre sont allumées et quelqu'un soulève qu'« on est assez à l'étroit ! ». De manière inattendue, l'un des participants n'ayant pas remarqué qu'il s'était mis à côté de moi se lève alors de sa place pour se mettre à l'opposé, me lançant un regard gêné. Cela me convient car je ne préfère pas passer l'après-midi assise à ses côtés, en raison d'une discussion il y a quelques mois, où il s'était montré ouvertement raciste. Tout le monde a pris place, et noté son prénom sur une petite feuille pliée devant nous, de sorte à le présenter au reste du groupe. Nous sommes une quinzaine de personnes (huit femmes et sept hommes), trois grandes ONG sont représentées, et cinq ONG de plus petites tailles. Je suis étonnée de voir plusieurs représentant.es de ces plus grandes ONG car je pensais qu'elles étaient peut-être plus formalisées sur ces questions d'images et ne suivaient donc pas nécessairement ce genre de formation. Cependant, il n'y pas beaucoup d'inscrit.es par rapport aux nombres d'ONG membres de cette fédération de coopération au développement (une vingtaine au total). En effet, d'après l'organisatrice de la première formation que j'ai pu observer en janvier 2023, « c'est difficile d'amener du monde en formation de manière générale, mais encore plus lorsqu'il s'agit de communication ! ». La participation est gratuite et par ailleurs, les personnes engagées bénévolement dans leurs ONG ne sont, je l'imagine, pas payées pour leur présence. Deux personnes du bureau de la fédération, ainsi que trois personnes issues de sa commission de l'information et communication (CIC) ayant organisé cet événement sont également présentes. La majorité des participant.es ont la cinquantaine, voire plus de soixante ans pour certains, et nous sommes quatre à avoir la vingtaine. Le formateur, un homme blanc d'environ cinquante ans, et assis au bout gauche de cet U, calme et souriant.

Il porte des sandales ouvertes, un jeans et un t-shirt plutôt décontractés. Il s'exprime avec un léger accent suisse allemand et nous dit être sociologue de formation. Trois personnes ont un ordinateur, mais une seule l'ouvrira pour prendre des notes. La plupart des autres ont de quoi prendre des notes manuscrites, mais ne le feront pas. ». Extrait carnet de terrain (12.06.23, version modifiée du 23.04.24).

Cette atmosphère conviviale, rappelant la première formation que j'ai observée (28.01.23), m'amène à penser que ces formations pourraient – en opposition aux principes éthiques figés inscrits dans les chartes – s'apparenter à un échange dynamique autour des images de l'aide et des questionnements qu'elles soulèvent. Dans ce second sous-chapitre, je me demanderai : Comment les différent.es acteur.ices présent.es définissent-iels une « image éthique » ? Quels critères sont mis en avant par les formateur.ices expert.es ? Comment sont-ils reçus, contournés ou réappropriés par les participant.es aux formations ? (Gallenga et al. 2013 : 13) ? Quels sont les points de convergence entre les différents discours ? J'apporterai des éléments de réponses à ces interrogations en présentant deux tensions que j'ai identifiées en analysant ces situations. D'une part, la tension entre la présentation de critères éthiques *a priori* clairs définis par les intervenant.es et les contraintes pratiques rencontrées et soulignées par les participant.es. D'autre part, la tension entre l'insistance des intervenant.es sur le message principal d'une image pour déterminer de son éthique et la prise en considération d'éléments « subjectifs » et contextuels par les participant.es pour juger du degré d'éthique d'une image. J'explicitai ensuite deux critères non-questionnés et communs aux différents discours.

Des critères « éthiques » confrontés aux enjeux de la pratique rencontrés par les acteur.ices de l'aide

La première tension réside entre l'énonciation de critères *a priori* clairs, présentés comme essentiels à la réalisation d'images « éthiques » par les intervenant.es et les contraintes liées à la pratique adressées par les participant.es.

Les formateur.ices soulève de nombreux critères. Markus, qui intervient lors des deux dernières formations, propose à titre d'exemple une liste d'éléments à prendre en compte pour produire des images « éthiques » : la production dans « des conditions équitables », le « respect

de la dignité des personnes », le fait d'« éviter de renforcer les stéréotypes », d'« éviter les discriminations », d'être « transparent », de « cocréer » et de « générer le moins de dégâts possibles pour la planète ». Bien qu'il ne mentionne pas les diverses chartes existantes sur la question, je remarque que celles-ci traitent souvent de thématiques similaires, ce qui se dégagera des données présentées dans ce sous-chapitre. Toutefois, il semble important de développer comment les intervenant.es définissent ces termes, car cela diverge parfois du contenu des chartes. Aussi, pour illustrer cette première tension, j'ai repris quatre critères revenant fréquemment dans les discours des formateur.ices : le « temps », le « consentement informé », la « transparence » et la « cocréation ». Je les mettrai ensuite en perspective face aux enjeux de la pratique observés durant mon terrain ou souligné par les participant.es lors des formations.

Premièrement, Markus préconise de s'accorder du temps pour « se familiariser avec les gens sur place » (12.06.23). Cela rejoint le propos d'Emily, modératrice de la troisième formation, qui explique que « comme pour un terrain anthropologique, le facteur temps est essentiel pour développer la confiance [entre le photographe et la personne photographiée] et pour créer des images éthiques » (20.06.23). Iels s'accordent donc sur la nécessité d'avoir davantage de temps pour réaliser ces images. Mais comment ce critère se reflète-t-il dans la pratique ? D'après le témoignage de la photographe Julia, les ONG avec lesquelles elle travaillait par le passé lui accordaient des délais trop courts la conduisant à devoir rester plus longtemps sur le terrain à ses frais (30.06.23). À l'inverse, elle m'explique que les personnes photographiées pouvaient, quant à elles, considérer la séance photo trop longue :

« C'est pas comme si ces gens sont là et se disent 'ah ouai j'ai tout le temps de la journée !'. Ils comprennent souvent pas pourquoi ça prend tellement de temps ! Eux ils se sont imaginés quelqu'un vient fait snap snap [mime appareil] et repart, 'et merde là je dois travailler toute la journée ! Je suis quasi dans un rôle d'actrice !' Il y a peu d'eux qui trouvent ça bien, c'est pas ça qui va mettre la nourriture sur la table tu vois ? » (entretien du 30.06.23)

D'après ses propos, dans la pratique l'étape de prise des photographies est à la fois trop courte pour que les photographes aient le temps de bien effectuer leur travail et potentiellement trop longue pour les protagonistes, qui donnent de leur temps gratuitement. Par souci « éthique »

il est en effet interdit de rémunérer le travail des bénéficiaires photographié.es (Bond 2019, Markus 12.06.23). Je ne possède pas de donnée précise sur le temps à disposition pour la conception et la diffusion des images, mais plusieurs interventions durant les formations laissent suggérer des délais de réalisation très courts. Différentes pressions s'exercent sur les acteur.ices durant ces étapes. À titre d'exemple, lorsque Markus évoque la pression de la recherche de fond, plusieurs membres d'ONG approuvent par des hochements de têtes (12.06.23). Gérald soulève également le contexte général compétitif : « [...] notre petite image au milieu de tout ce sensationnalisme, elle va jamais ressortir ! » et ajoute que « [...] dans ce contexte c'est dur d'arrêter de vouloir créer de la photo » (12.06.23), soulignant la nécessité que l'image se démarque parmi tant d'autres et qu'il est de ce fait difficile de la produire sans chercher à créer un impact, sans entrer dans le sensationnalisme. Les débats internes aux sciences de l'information et de la communication mettent en avant cette tension inhérente à la pratique pour les acteur.ices de l'aide : il est complexe pour une ONG de se positionner entre le besoin d'obtenir des fonds et la volonté de vouloir rester intègre en respectant son message et ses valeurs.

Markus définit ensuite le deuxième critère du « consentement informé » comme le fait de « donner le droit aux personnes de se retirer à tout moment [et] l'idée d'expliquer aux personnes au préalable les finalités [des photos] » (12.06.23). Il énumère certaines implications, dont une se distinguant du contenu des chartes : la présence de témoins pour attester du consentement des protagonistes. Ces témoins doivent préférentiellement habiter sur place car iels « connaissent ou sont familières avec les conditions de vie, la langue, la culture [du/des pays d'intervention de l'ONG] » (12.06.23). Yasmina, intervenante lors de la troisième formation, aborde le cas d'une personne photographiée ayant survécu à des violences sexuelles au Nigeria, pour illustrer les dangers que ces images peuvent représenter pour certain.es protagonistes non avertis de ce droit :

« (Elle) ne savait pas qu'elle pouvait demander à l'organisation de ne plus utiliser la photo, elle ne connaissait pas la notion de consentement, et son futur mari [découvrant la photo] ne l'a pas épousée au final, et elle a ainsi perdu une chance de réintégrer un mariage, et des privilèges sociaux (...) » (20.06.23)

Dans la pratique, ce droit de retirer son consentement à tout moment est rarement donné aux personnes photographiées (Yasmina, 20.06.23), comme l'illustre une situation racontée par Jada, présidente d'une petite ONG (28.01.23). Elle explique avoir rencontré des problèmes avec un groupe de femmes photographiées il y a longtemps, ayant donné leur accord sur le moment et qui ont ensuite demandé à l'ONG de retirer ces images après avoir découvert leurs publications. Jada confie au groupe ne pas avoir compris pourquoi elles ne voulaient plus que leur image circule après avoir accepté d'être photographiées sur le moment. Elle trouve que « c'est nul » parce que l'association soutient le projet et « veut juste le mettre en avant » (28.01.23). Les participant.es prennent donc en compte le « consentement », mais iels le définissent plutôt comme le fait de « demander avant de prendre la photo ». À titre illustratif, durant un exercice Léa rejoint les propos de Jada en disant sur un ton affirmatif : « [...] je sais pas vous mais chez [Nom de l'ONG] on demande toujours avant de prendre les photos et il faudrait toujours demander » (12.06.23). Une intervention de David, président d'une ONG, démontre que cette nécessité de « demander avant de prendre des clichés » n'est pas communément partagée : il me dit de manière assez affirmative que « les bénéficiaires seront de toute façon d'accord [d'être pris.es en photo] car c'est dans leur bénéfice » (28.01.23). C'est toutefois le seul commentaire que j'ai entendu allant dans ce sens. Ces exemples illustrent le décalage qu'il peut y avoir entre les principes éthiques conseillés par les intervenant.es et les pratiques des ONG assistant aux formations.

De plus, certaines interrogations des participant.es sur ce « consentement informé » indiquent ce que j'identifie comme une logique de « recherche de marche à suivre », autrement dit, une recherche de solutions concrètes et pratiques⁵². Constatant l'insuffisance de leurs pratiques pour réaliser une « image éthique » comme définie par Markus, Pierre demande par exemple : « Comment on donne le droit aux personnes de se retirer ? », ce à quoi Markus répond qu'« au sein de notre cabinet, on demande toujours le numéro de téléphone ou mail des personnes, afin d'avoir un contact direct si besoin » (12.06.23). Cette interaction, comme d'autres similaires, mettent en lumière l'insuffisance des chartes pour combler ce besoin de

⁵²Cette logique fait écho à ce que Cornwall et Brock identifient comme « un mode d'emploi à suivre dans la pratique. » établies selon elles par les politiques de développement (iii : 2005).

« marche à suivre ». En effet, il semble que ce soit principalement lors de ces instants d'interactions que se transmettent des techniques pratiques, comme le fait de « demander le contact direct des personnes photographiées » pour leur donner la possibilité de retirer leur consentement. En réponse à ces questions, Markus annonce que son cabinet est actuellement en train de développer une *consent app* (20.06.23)⁵³, un outil allant dans le sens de cette logique de recherche de marche à suivre.

Les intervenant.es recommandent également le troisième critère de « transparence » vis-à-vis du public, permettant une relation de confiance avec celui-ci. Cette notion signifie principalement pour elleux le fait de préciser les détails de production de la photographie :

« Ensuite on crée de la confiance dans le système avec une communication éthique, ouverte et transparente sur les information contextuelles [...] c'est important qu'on ait des détails, (les) Metadata dans l'image, que les images amènent le contexte dans lequel elles étaient produites ». Markus (20.06.23)

Comment ce critère se manifeste-t-il dans la pratique pour les participant.es membres d'ONG ? Durant mon stage, les photographies produites par de petites ONG étaient majoritairement non-sourcées. C'est pourquoi, durant la première formation, j'amène ce sujet durant la pause-café, en demandant aux personnes comment iels décident par exemple d'indiquer ou non le nom des protagonistes sur leur images. Iels ne répondent pas tout de suite et Bernard, le photographe intervenant, dit alors que « concernant le nom des personnes c'est pas si simple, car il y a les questions de protection des données et si on tape ton nom sur Google, ça apparaît ensuite » (28.01.23). Il conseille donc aux membres d'ONG d'avoir du « bon sens, car si la personne fait quelque chose de bien alors c'est okay de mettre son nom, pour valoriser

⁵³Cet outil est présenté sur le site (anonymisé) du cabinet comme : « permettant aux photographes et vidéastes d'obtenir facilement le contenu éclairé des individus tout en assurant le respect des réglementations RGPD et en promouvant des pratiques éthiques et transparentes ». Cette application pour *smartphone* comporte des options de d'enregistrement de consentement multilingue dans plus de 32 langues, vocal ou encore visuel. L'outil est payant mais je ne connais pas le prix. Les avantages présentés sont « la rationalisation du flux de travail », la « minimisation des tâches administratives » et la « synchronisation sur le cloud ». Cet outil a été mis en place tardivement durant mon terrain, mais dans le cadre d'une analyse plus poussée de ce cabinet il serait intéressant d'explorer les enjeux de technicisation liés entourant cette application. Cela rappelle le concept de « consentement procédural » face à un « consentement processuel » et développé par J. Perrin et al. dans *Searching for Ethics Legal requirements and empirical issues for anthropology* (2020)

la personne » (28.01.23). Ce recours au « bon sens », mentionné plusieurs fois lors de cette formation, renforce l'impression d'une part que les chartes ne répondent pas nécessairement aux besoins des membres d'ONG et d'autre part que le processus de fabrication des images de l'aide n'est actuellement pas très formalisé. La préoccupation d'indiquer les « meta data » évoquée par Markus paraît ainsi lointaine, du moins pour les petites ONG. Qu'en est-il des plus grandes ? Laurence, employée dans une grande ONG, s'exprime lors d'un retour d'exercice de groupe, soulevant le poids que représenterait le fait de suivre à la lettre ce critère de transparence tel que le définit Markus : « après si on suit tout bien ça va vachement loin, avec le cryptage de données et tout, c'est hyper dur (...) » (12.06.23). D'après ce commentaire, les procédures quant à la transparence liées aux sources ne semblent pas nécessairement plus formalisées dans les grandes ONG.

Enfin, les formateur.ices issu.es du cabinet mettent en avant un quatrième critère éthique, énoncé comme la solution principale face aux problèmes identifiés de la communication visuelle des ONG : la « cocréation » (Emelyne, 20.06.23). Markus définit cette notion comme le fait de « mobiliser des photographes et vidéastes locaux trop souvent ignorés ou considérés comme moins bons » (12.06.23) liée à l'offre du cabinet de mettre en lien des ONG suisses avec des photographes et vidéastes « locaux » dans les pays où sont développés leurs projets. Emily propose une projection de ce qui pourrait advenir grâce à une réelle cocréation tout au long de la fabrication des images :

« Si tu cocrées depuis le début [...] depuis la conceptualisation [...] à quoi ressembleraient les campagnes visuelles, le contenu, les idées ? Si les créateurs de contenu participaient depuis le début, si on leur donnait une réelle reconnaissance par leur travail, s'il n'y a pas d'intermédiaire félicité pour leur créativité ? donc pas juste mettre leurs noms mais mettre en avant que c'est leur créativité ... » (20.06.23).

Ce principe de cocréation s'inscrit selon moi dans une logique de valorisation du « regard local », qui imprégnait déjà la collection argentine de l'AFD (1965 cité par Troit 2014) qualifiée de « bénéficiant regard local [...] en rupture avec une image coloniale », alors que les studios mandatés sur place étaient français (Troit 2014). Cet exemple illustre la complexité de l'idée d'un « regard local » et d'une « cocréation » que critique Julia, constatant que « le terme

est utilisé tout le temps mais personne ne le fait réellement ! Parce que ça coûte super cher et ça prend beaucoup de temps. » (30.06.23). Selon elle, même dans le cas où cette collaboration se met en place, la marge de manœuvre des photographes locaux.ales reste limitée :

« [...] c'est ce qu'il se passe constamment maintenant, les photographes (locaux) savent exactement ce que les ONG veulent, ils sont déjà brainwashed... Parce qu'ils comprennent ce qu'on veut ! ils ont compris ce que l'on veut et il vont pas challenger... souvent ils vont pas rajouter un autre narratif, ils vont juste faire exactement la même chose qu'un photographe (par exemple suisse) qui vient là-bas sur place ferait aussi. » (30.06.23).

Selon son expérience, les photographes locaux.ales s'adaptent systématiquement aux attentes de l'ONG, contrairement à elle, mandatée depuis la Suisse, qui se sent écoutée par l'ONG. En guise d'exemple, elle me fait part d'une situation où une ONG avait tenté de travailler avec une photographe locale, mais a par la suite préféré réembaucher Julia (qui a refusé) car l'interaction était « plus facile » avec qu'elle par rapport à la « photographe locale » qui suggérerait des modifications dans le *briefing* :

« Je trouve justement souvent les gens [de l'ONG] ils disent ah c'est cool de travailler avec des gens sur place mais eux sont pas prêts à faire un seul pas pour bouger leur narratif de leur côté aussi un peu ! » (30.06.23)

Néanmoins, elle me partage un exemple positif, lorsqu'elle a été embauchée comme intermédiaire entre une ONG basée à Bern et une photographe travaillant en Afrique du Sud, où l'ONG développait un projet. Julia avait alors été mandatée pour réaliser un travail de « traduction » des attentes de l'ONG envers la photographe :

« Mais je voulais ajouter encore un exemple très positif [Nom de l'ONG] eux ils m'ont contacté [...], ils ont vu que je faisais des formations de photographes sur place et m'ont dit 'nous on aimerait bien travailler avec des photographes sur place'. Et ça je trouve super cool ! C'était d'eux-mêmes ! [...] et à la fin ce qu'on a fait c'est que je leur ai proposé des photographes et moi j'ai fait l'intermédiaire, donc pour assurer que la photographe she

can delivered what they need⁵⁴ mais aussi pour assurer qu'elle est confortable à amener son propre point de vue, c'est ce qu'ils voulaient. Donc eux ils étaient prêts, ils m'ont payée, pas beaucoup mais payée pour cette position. Ça je trouve génial et cette fille elle continue de bosser pour eux après ! [...]en tout cas [Nom de la photographe] elle a adoré ! Et tout ce qu'ils ont publié elle a aussi mis sur son portfolio, ça veut dire qu'elle se sent à l'aise avec ça ! » (30.06.24).

Somme toute, en promouvant une forme de « cocréation », les intervenant.es soulignent les avantages perçus dans la collaboration avec une personne sur place qui « a toujours un autre accès, a la même couleur de peau, parle la même langue... » (Markus 12.06.23). Iels dépeignent une image idéalisée de l'implication des « locaux », qui serait nécessairement gage de l'éthique d'une éthique. Ce faisant, iels ne signalent pas le fait que ces photographes locales.aux puissent également produire des images « problématiques », ce que met Julia évoque en expliquant le fait que ces derniers.ères se plient parfois aux attentes de l'ONG et ne défient ainsi pas forcément le « narratif » de l'organisation.

En lien avec ce critère de « cocréation », la logique sous-jacente à l'argumentation générale de Markus – et du cabinet spécialisé qu'il représente – est que l'amélioration des pratiques de communication visuelle des ONG « est une mission possible » et serait bénéfique aux protagonistes, à l'ONG ainsi qu'au public (12.06.23). Il considère de plus que ces images ont un potentiel disruptif ainsi qu'empouvoirant pour les personnes photographiées : « les représentations peuvent être un outil pour l'empouvoirement et l'auto-détermination [et] la communication visuelle peut être un outil dans le programme des ONG ». Il ajoute que « la photographie dans ce sens contribuerait à créer une vision plus égale du futur ... » (20.06.23). Néanmoins, malgré l'intérêt évident de la conception du pouvoir comme quelque chose que l'on peut se réappropriier ou auquel on peut résister, il est important de ne pas tomber dans ce que l'anthropologue Abu-Lughod nomme « the romance of resistance (la romantisation de la résistance) », soit le fait de s'intéresser principalement au statut de ces résistances mais plutôt apprendre à lire dans celles-ci l'existence d'un éventail de stratégies et de structures spécifiques

⁵⁴ En anglais dans son discours.

de pouvoir (1990 : 53). Autrement dit, se demander ce que ces formes de résistances nous indiquent des formes de pouvoir contre lesquelles elles luttent. Dans ce cas, il serait intéressant d'explorer ce que les – rares – situations de pouvoir exercé à l'encontre des directives de l'ONG, nous permettent de mettre en lumière quant aux formes de pouvoir en jeu

Markus considère donc que la production d'« images éthiques » est possible, mais qu'« on est au début de ces réflexions et qu'il faut encore développer ces processus » dans « un travail constant de remise en question de nos pratiques » (12.06.23). Le concept de *buzzword* du développement me semble une nouvelle fois pertinent, pour appréhender cette prémisse. Cornwall et Brock explicitent en effet la nécessité d'une « promesse de futurs bénéfiques » comprise dans ces mots et menant à « la satisfaction d'un effort collectif dans la poursuite d'un ensemble d'objectifs commun pour le bien-être de tous » (*ibid.* : 13). Selon elles, c'est « une partie nécessaire de ce qui permet une entreprise de développement (Sorel 1967 : 31 cité par *ibid.* : 15). Si l'on conçoit cet argument de fond sous-jacent à travers ce prisme, on comprend qu'il est intrinsèquement lié et nécessaire à toute entreprise de développement, dans laquelle s'ancre ce cabinet ainsi que l'organisation de formations par les fédérations de coopération au développement.

Aussi, selon Yasmina ce travail d'« amélioration des pratiques » entourant ces images de l'aide est « notre responsabilité en tant qu'actrices du Nord global » particulièrement dans ce domaine (20.06.23). En contraste avec cette logique de responsabilisation, j'ai remarqué la posture parfois défensive adoptée par certain.es participant.es lors de la seconde formation. Laurence, membre d'une grande ONG, avance par exemple que : « ça dépend de notre responsabilité aussi, de choisir ou pas l'image ». Cette question revient à plusieurs moments lors des discussions. Lors de l'une d'entre elles, sur une image jugée problématique (cf. *Fig. 16*) Léa dit notamment : « Moi cette image je ne l'appréciais pas tant, mais c'était [nom de sa collègue] qui a pris la décision », justifiant ainsi ce choix d'image identifié comme problématique. Corinne confie également que « si on complique trop alors on arrive à rien, il faut trouver un juste milieu... », sous-entendant que ces propositions parfois « trop compliquées » ne leur permettraient plus de réaliser leur travail, soit de mettre en place des programmes et des projets

de coopération au développement. J'entends également à un autre moment une personne dire en soupirant « [...] bon après à un certain niveau on va pas pinailler ».

Pour résumer, les intervenant.es énumèrent des critères *a priori* clairs et présentés comme des changements nécessaires à la réalisation d'« images éthiques ». Iels valorisent le fait de prendre du temps pour conceptualiser ces images, pour réaliser les photographies ainsi que pour s'assurer du « consentement informé » des protagonistes, idéalement prouvé par un.e témoin sur place. Enfin, iels prônent la mise en place d'un processus de « cocréation » générale de ces images, impliquant principalement la mobilisation de photographes locales.aux. Ces critères entrent en tension avec la situation des membres d'ONG participant.es aux formations qui font face aux enjeux de la pratique, notamment les limites budgétaires, temporelles ainsi que le rapport au public dans un contexte concurrentiel pour la recherche de fonds. Ces pressions ancrent les acteur.ices dans des logiques de recherche de marche à suivre et de déresponsabilisation vis-à-vis du degré « problématique » ou non d'une image et de son processus de création. L'« image éthique » comme définie par les formateur.ices expert.es apparaît comme un idéal inatteignable pour les participant.es ancré.es dans des enjeux pratiques.

Des « narratifs » identifiés comme problématiques, contestés par une définition contextuelle et « subjective » des images éthiques

Outre les critères de « temps » de « consentement informé », de « transparence » et de « cocréation », les intervenant.es accordent une importance particulière au « narratif dominant », soit le message principal transmis par l'image (Markus 12.06.23). Iels souhaitent sensibiliser les membres d'ONG à questionner le narratif principalement transmis à travers une image. Cela entre en tension avec la prise en considération par les participant.es de leur appréciation « personnelle » ainsi que des contextes de production et d'utilisation de l'image par l'ONG pour déterminer de son degré d'éthique.

Yasmina déclare que la question centrale à se poser en regardant une image pour définir si elle est problématique ou non est « who owns the narrative (qui impose l'interprétation principale) ? » (20.06.23). Dans ce sens également, selon Markus, on identifie ce « narratif dominant » ou « message principal » en se demandant « Comment racontons-nous nos

histoires ? », autrement dit : « quels segments de la réalité on va montrer ? » (12.06.23). D'après lui, identifier ce permet de distinguer au mieux une image problématique d'une image éthique (12.06.23).

Pour illustrer ce questionnement, il projette une image anonymisée issue d'une ONG participante (cf. Fig. 16) et explique que si l'on est « [...] honnête, on regarde juste l'image et on prend ce que l'on peut prendre, elle là c'est une femme blanche au milieu de femmes africaines qui la regarde et semblent en retrait. » (12.06.23). D'après lui, le narratif principal de cette image est donc celui du « white savior (sauveur blanc) ». Celui-ci fait référence aux images



présentant une personne blanche au milieu de personnes racisées, qui serait mise en position d'aidant face à celles-ci. Ce « narratif » qu'il identifie fait écho aux images ancrées dans le paradigme communicationnel « modernisateur » présenté dans le sous-chapitre « Évolution des images de l'aide ».

Fig. 16 : Exemple du « white savior » issue du site de (ONG). (pays et dates inconnus). © inconnu

Markus cite deux autres « narratifs dominant » qu'il qualifie de « problématiques » et qui sont « fréquemment visibles dans les images de l'aide » (12.06.23). Il mentionne celui de l'« ignorance » qui s'applique aux images représentant des « bénéficiaires des projets » à qui l'on apprend une activité, par exemple ce groupe de personnes à qui cet homme enseigne « une technique



Fig. 17 : Exemple du narratif de l'« ignorance » issue du site de (ONG). (pays et dates inconnus). © inconnu

d'agriculture » (cf. *Fig. 17*). D'après lui, mettre ainsi en scène une situation d'apprentissage, c'est également « montrer que ces personnes ne savent pas », qu'elles sont « ignorantes » et de ce fait les « discriminer ».

Il présente ensuite celui de la « surpopulation » qui se réfère aux images présentant de grands groupes de personnes bénéficiaires des projets de l'ONG. Par exemple, des images présentant « pleins d'enfants en uniformes [car] on peut penser au stéréotype de l'explosion de la population » (cf. *Fig. 18*).



Fig. 18 : Exemple du narratif de la « surpopulation », issue du site de (ONG). (pays et dates inconnus). © inconnu

Cette présentation critique de « narratifs » récurrents dans les images de l'aide et identifiés comme problématiques est en partie fondée sur la critique de l'héritage de la « colonial iconology (iconologie coloniale) », que Yasmina définit comme « le fait de mettre en lumière une personne blanche comme aidant des populations locales ou mettre en scène des personnes racisées en position d'apprenant trop explicite, ou encore photographier des grands groupes de personnes, notamment des enfants, car ces représentations renvoient à des imaginaires racistes et discriminants hérités de la colonisation » (20.06.23). Les discours des intervenant.es – lors des deux dernières formations – sont imprégnés des questionnements critiques sur le « pouvoir des images », leurs « implications morales » ainsi que les « luttes pour leur interprétation » introduit dans le chapitre « Revue de la littérature ». Iels sont majoritairement formé.es en sciences sociales et semblent mobiliser ces approches critiques pour nourrir leurs présentations, comme l'indique la présence de citations d'auteur.ices sur leurs *PowerPoint* tel que l'écrivain et économiste Felwin Saar (Markus 12.06.23) ou encore le philosophe Nelson Maldonado-Torres qui traite de la pensée décoloniale et de la question de la décolonisation. (Yasmina 20.06.23).

En contraste avec cet accent presque uniquement mis sur le message principal d'une image pour juger si elle est problématique ou non ; les participant.es accordent quant à elleux plus d'importance à leur appréciation « personnelle » d'une image ainsi qu'à ses contextes de production et d'utilisation pour juger de son degré d'éthique. Laurence réagit par exemple à la qualification par Markus d'une image (cf. Fig. 17) comme « problématique en raison du narratif de l'ignorance qu'elle véhicule », en disant : « Ils n'ont pas l'air ignorants, moi je trouve » (12.06.23). Elle met ainsi en avant la valeur de sa perception « personnelle » (*moi je trouve*) et son désaccord avec l'interprétation proposée par Markus. Daniel ajoute qu'« il y a plusieurs lectures possibles, mais c'est vrai que l'ignorance est là, (tout) comme il y a l'aspect apprentissage aussi » (12.06.23). Ce dernier soulève à la fois la lecture proposée par Markus et celle défendue par Laurence, prenant en compte l'enjeu de polysémie intrinsèque aux images, soit la coexistence d'une multiplicité des lectures possibles qui peuvent entrer en conflit. Cette perspective s'oppose à l'argument principal de Markus, dont la prémisse est l'existence d'un message *principal* identifiable dans une image. Mais la position de Laurence était-elle pour autant vraiment personnelle ? Elle s'exclame à une autre reprise « les goûts et les couleurs aussi ! parce que lui [le formateur] des fois il dit 'c'est pas bien' mais moi la photo me paraît pas si mal... » (12.06.23). Or, d'un point de vue anthropologique, ces perceptions relèvent inévitablement de codes collectifs partagés et construits. Quelles sont les codes collectifs, les logiques sous-jacentes à ces perceptions ?



En réponse à la qualification par Markus d'une image produite par son ONG comme problématique « en raison du narratif du *white savior* qu'elle transmet » (cf. Fig. 19), Valérie répond : « Ah mince nous on l'aimait bien la photo, on trouvait que la main faisait care » (12.06.23)

Fig. 19 : Couverture Rapport annuel 2021 de (ONG). (date inconnue) pays d'Afrique de l'Ouest. © inconnu

Cette appréciation « personnelle » dépend donc en partie des valeurs que la participante attribue à l'image. Dans ce cas, le « care » est valorisé et considéré comme indicatif du bon déroulement, voire du bien-fondé du projet illustré et mis en place par l'ONG. Or d'un point de vue anthropologique, cette notion est problématique car elle renvoi ici à une perception infantilisante et paternaliste. Ce que l'on qualifiait de perceptions « personnelles » ou « subjectives » lors de nos échanges, sont inévitablement issus de codes collectifs et dans ce cadre elles sont liées aux valeurs, actions et intentions attribuées à l'ONG, dont l'image se doit d'être le reflet. Une « bonne » image appréciée des participant.es est donc en partie une image qui reflète les valeurs soutenant le projet illustré.

En dehors de ces appréciations liées aux valeurs et intentions attribuées à l'ONG, je constate une prévalence du terme « beau » et « belle » chez les membres d'ONG pour qualifier certaines images. Cette importance accordée au fait de trouver une image « belle » ou non, n'est pas propre aux participant.es et résonne particulièrement avec le contenu de la première formation, traitant de ce que devrait être une « bonne image ». On peut se demander si une « bonne » image est forcément une image « juste » ou « fair », comme évoqué dans les autres formations. Il semble que du point de vue de Bernard, une bonne image se réfère particulièrement aux critères de cadrage. Il nous enseigne notamment la règle des tiers : l'image est divisée en trois lignes appelées lignes de force, les quatre points d'intersections représentent les points forts de l'image. La règle consiste à placer le(s) centre(s) d'intérêt(s) de la photo sur l'un ou l'autre de ces points ou le long de ces lignes de force. L'image est ainsi considérée « harmonieuse » (cf. Fig. 13 version de droite). Bernard explique entre autres que les portraits de proche sont plus « touchant » (28.01.23) et je remarque également que les plans en contre-plongée sont très fréquents dans les exemples présentés (12.06.23). Ces conventions associées souvent à une forme « intimité » dans ce contexte, pourraient dénoter tout autre chose dans un autre contexte, telle qu'une forme d'intrusion voire de voyeurisme, ou encore une démarche d'inspection scientifique précise.

Fig. 20 : Couverture d'une brochure relatant l'histoire (ONG). 2017, pays d'Afrique centrale © inconnu



Le cadrage semble important dans l'optique d'obtenir un produit final efficace, signifiant dans ce cas que l'image permet de toucher le public et l'inciter au don. L'organisatrice de la première formation évoque également le manque de qualité des images en se référant à leur « netteté » (28.01.23). L'importance de la « netteté » des images de l'aide se reflètent dans la majorité des exemples utilisés dans ce travail, mais également dans les images de l'aide que j'ai pu observer et récolter durant mon terrain de manière générale. Cette convention, tout comme le cadrage en gros plan, semble associée à une forme de proximité engendrée ensuite avec le public, qui peut *nettement* apercevoir l'expression dans les yeux d'un enfant par exemple (cf. Fig. 19, 20). Par ailleurs, certaines images présentes des formes de flou progressifs et où l'élément mis en avant apparaît plus nettement (cf. Fig. 21).



Cette valorisation des plans rapprochés et de la netteté n'est pas évidente, on pourrait en effet imaginer au contraire l'utilisation du « flou » pour indiquer le mouvement d'une personne, ou pour éviter de montrer clairement le visage de protagonistes, notamment des enfants car c'est un élément mis en avant et présenté comme « délicat » dans les chartes.

Fig. 21 : Page illustrative du rapport annuel 2021 de (fédération). (date et pays inconnus). © inconnu.

Outre cette dimension esthétique, Markus évoque également le cadrage pour rendre attentif au fait qu'il « permet de mettre en avant, souligner ou au contraire exclure certains éléments d'une photographie, et renforcer peut-être certains stéréotypes » (12.06.23). Ce qui rappelle le critère de « transparence » inscrit dans les chartes. Benovsky explique que diverses techniques, tels que les choix de profondeur de champs, d'exposition, de composition avec la règle des tiers, ou encore les choix de taille et d'échelle du sujet peuvent effectivement être mises en œuvre pour gérer l'attention du public et transmettre le message souhaité (2010 : 78). Il souligne ainsi que le processus de production photographique n'est jamais totalement mécanique. De fait, les photographes – et indirectement l'ONG qui leur transmet le *briefing* – communiquent avec leur public en racontant une histoire avec ces images grâce aux techniques de gestion de l'attention et du regard (2010 : 77). C'est cette « histoire » que Markus

met en exergue en présentant certains « narratifs dominants » récurrents dans ces images, autrement dit, des histoires qu'il faudrait éviter de reproduire. Il met ainsi en lumière le pouvoir de ce dispositif sociotechnique (Benovsky 2010) qu'est la caméra : distance, focal, lumière, arrière-fond, tous des choix qui impliquent une ou des lectures potentielles par des publics. En regard de l'approche de cet auteur et des données présentées, le « pouvoir » de l'ONG semble principalement lié à une tentative de contrôle du sens véhiculé par ces images, à travers certaines techniques.

Le critère du cadrage met à jour deux propos généraux : Bernard, tout comme les participant.es conçoivent ces techniques de gestion de l'attention du public comme des outils pour créer une image esthétiquement plus belle, en l'occurrence « nette » « bien » cadrée, pour qu'elle soit plus touchante et génère plus de dons. Markus met quant à lui en exergue le risque de renforcer certains stéréotypes « problématiques » à l'aide de ces techniques, peu importe si l'image en question engendre des dons. Cette opposition révèle la double signification du mot « bon », tantôt employé pour désigner de critères techniques et esthétiques, tantôt employé pour se référer à des critères éthiques, bien que ces derniers possèdent eux aussi une dimension esthétique.

En plus de l'importance de l'appréciation de l'image par les membres des ONG – qui dépend des valeurs et actions légitimes attribuées à l'ONG produisant l'image ainsi que des critères esthétiques rendant une image touchante – les participant.es considèrent également le contexte de production et d'utilisation de l'image par l'ONG pour juger de l'éthique d'une image, comme le dit Laurence lors d'une de discussions de groupe :

« [...] ça dépend pour quoi c'est, si c'est une formation, bon bah c'est normal de pas avoir de contact [entre la personne du centre et les autres autour], mais si c'est pour illustrer toi et tes collègues africains sur place ça va pas, parce que normalement t'es bras dessus bras dessous parce que tu te connais [...] » (12.06.22).

Elle suggère avec cette intervention, appuyée par quelques hochements de tête entendus, que préciser le contexte permettrait de déterminer si l'image en question (cf. Fig. 16) est réellement problématique ou non. Autrement dit, si photographie avait été prise durant une

situation de formation, alors elle serait moins problématique, car cela expliquerait pourquoi la femme blanche se situe au centre et ne semble pas proche des autres femmes. Corinne s'exprime sur cette même image, considérant quant à elle que « [...] si c'est pour recruter d'autres volontaires ça pourrait être positif » de représenter la volontaire au milieu des personnes bénéficiaires du projets (12.06.23). Sous-entendant que si cette image est mobilisée à des fins de recrutement par l'ONG alors elle est appropriée. Par ailleurs, lorsque Markus indique que représenter pleins d'enfants sur une image (cf. *Fig. 18*) peut faire « penser au stéréotype de l'explosion de la population », Daniel précise alors que « les élèves allaient chanter l'hymne », mettant ici à également en avant le contexte entourant la prise de cette photo en vue de la justifier.

Ces prises de paroles pour contester les propos des intervenant.es ou justifier un choix d'image de même que les réactions non verbales démontrent des logiques de négociation, voire de contestation des critères éthiques énoncés. Autrement dit, je constate à travers cette analyse des dynamiques de négociation quant à la limite entre des images de l'aide « problématiques » et « éthiques » durant ces formations. Les intervenant.es définissent une « image éthique » comme devant remplir divers critères dont : le « temps », le « consentement informé », la « transparence », la « cocréation » et surtout éviter de mettre en scène des « narratifs dominants » problématiques. Leur discours ne prend pas en compte la polysémie des images. Face à cette perspective, les membres d'ONG s'inscrivent plutôt dans une logique de recherche de marche à suivre concrète et réalisable ; ainsi que dans une logique de déresponsabilisation dans un contexte contraignant et concurrentiel de recherche de fonds. Iels ont également une définition plus contextuelle d'une « image éthique », prenant en compte la diversité des interprétations possibles, dont celle du public et leur appréciation personnelle. Celle-ci est en partie nourries par les valeurs et actions légitimes attribuées à l'ONG, dont une « bonne » image pourrait être le reflet, mais aussi par certains éléments la rendant esthétiquement belle comme le cadrage et la netteté. Ainsi, leur définition d'une « image éthique » apparaît moins figée que celle des formateur.ices, plus contextuelle, prenant en compte l'enjeu de polysémie des images ainsi que les enjeux liés aux pratiques.

Dans ce sous-chapitre, je me suis intéressé aux diverses appréciations de la notion d' « image éthique » pour les personnes présentes lors de formations sur le sujet. Les processus de négociation décelés illustrent d'une part le fait que l'ONG elle-même ne contrôle pas totalement les différentes interprétations d'une campagne d'affichage par exemple ; et d'autre part une certaine marge de manœuvre pour les membres d'ONG par rapport aux chartes, dans la mesure où ils peuvent questionner voire contester les principes éthiques qu'on leur présente sur le moment. Toutefois, pour mieux appréhender cette marge de manœuvre et la potentialité d'une réelle construction d'une éthique « en train de se faire » (Gallenga et al. 2013), il faudrait savoir dans quelle mesure la voix des participant.es influence le contenu de ces formations et l'évolution de cette forme d'outil. Toutefois, malgré certaines logiques contradictoires en jeu dans ces situations d'interactions, je remarque des éléments communs, sous-jacents aux discours des intervenant.es comme des participant.es et rejoignant les critères présentés dans les chartes : l'importance de représenter des personnes « dignes » et « authentiques ».

Critères communs implicites : la « dignité » et l' « authenticité »

En analysant ces trois situations de formation plus ou moins spécialisées sur la communication visuelle des ONG, j'ai remarqué la prévalence de deux critères non explicités comme tels et non en question : la « dignité » ainsi que l'« authenticité » des protagonistes représenté.es sur les images.

Premièrement, Markus commente une image qu'il ne considère pas « bonne » car elle « ne met pas en avant la personne » (12.06.23). Que signifie « mettre en avant la personne » ? D'un côté il fait allusion au fait de présenter des personnes « contentes et actives », comme le laisse entendre son commentaire négatif sur une image (cf. Fig. 16) car « les personnes derrière [la personne blanche] ne sont ni actives ni contentes » (12.06.23). De l'autre, il semble mobiliser les termes de « fierté » et de « dignité » de manière interchangeable.

Une question importante à se poser selon lui pour valider une image est par exemple : « Qu'est-ce qui me rendrait fière, qu'est-ce qui me ferait mal [si j'étais la personne représentée sur l'image] ? » (12.06.23). Corinne y répond en commentant une image présentant un groupe de femmes devant un bâtiment : « si c'est des femmes ayant survécu à des violences basées sur le genre, alors elles n'ont pas forcément envie d'être prises en photos », sous-entendant que cela mettrait en avant leur « vulnérabilité » en opposition à des représentations plus « dignes » (12.06.23). Puis nous examinons une autre image (cf. Fig. 22) :



Fig. 22 : « Traite manuelle d'une vache », 2023 de (fédération). (date inconnue) pays d'Afrique de l'Ouest

Et dans l'optique de répondre également à la question de Markus, Léa déclare qu'« elle [la protagoniste] semble fière », mais Corinne, ayant elle-même grandi dans un milieu d'élevage de bovins, rétorque qu'« on voit trop les marques de césariennes, le marquage et le mauvais état général de ce bétail, alors que [...] si on faisait un contre plan ou tu vois elle qui sourit et le lait qui sort et [ou tu ne vois] pas les marques sur la vache ça serait mieux ! ». Gérard acquiesce en disant « c'est vrai qu'elle est un peu triste cette photo ». Cet échange démontre que les éléments indiquant la fierté ou la dignité d'une personne ne sont certes pas figés, mais que globalement l'ensemble du groupe rejoignait Corinne, soutenant qu'un « sourire » et le fait de ne pas montrer le marquage de la vache auraient rendu la protagoniste plus « fière » et l'image moins « triste ».

Pour les différent.es acteur.ices, cette notion de « dignité » paraît liée à deux aspects principaux : l'« activité » et la « joie » visible des protagonistes, qui peuvent témoigner de leur « fierté ». Autrement dit, la dignité se rapporte ici à une capacité d'être méritant de respect, en contraste à une forme d'indignité comme qualité d'inspirer de la pitié, ce qui ressortirait notamment des images misérabilistes de l'aide prévalentes par le passé. Cette qualité d'être

digne se manifeste, selon les acteur.ices, par le fait que les protagonistes soient visiblement actif.ves et content.es.

Je présume un lien – pas nécessairement volontaire ni nécessaire – entre cette définition d’une personne « digne » et l’importance accordée au cadrage ainsi qu’à la netteté évoqués précédemment. En effet, le cadrage en plan rapproché ainsi que la qualité nette de de l’image permettent de distinguer clairement les expressions faciales des protagonistes, telles que le sourire ou le regard, qui sont explicité dans les formations comme des éléments rendant le « joie » et la « fierté » des protagonistes visible. La couverture d’une brochure d’ONG ci-dessus (cf. *Fig. 23*) illustre l’importance accordée à l’expression faciale des personnes photographiées pour attester de leur dignité. Or, cela n’est pas évident car un sourire pourrait illustrer une personne qui « rit bêtement » ou encore une personne qui rit de façon « moqueuse ».



Fig. 23 : « Nous avons un but », Amnesty international, 2023 Afrique de l’Ouest . © Sophie Gracias / Hans Lucas.

Cette considération de la « dignité » reflète un certain ethnocentrisme, car elle est fondée sur la perception d’acteur.ices du Nord global. En plus de la polysémie intrinsèque aux images, il paraît délicat de s’extraire totalement de cette logique transversales imprégnant ces outils, c’est pourquoi – après avoir ci-dessous présenté le critère d’ « authenticité » – j’explorerai dans mon second axe analytique deux enjeux transversaux expliquant selon moi en partie cette vision réductrice.

Deuxièmement, Markus fait implicitement référence à la notion d’« authenticité ». Il nous explique par exemple qu’une image amenée par l’une des ONG présente est « bonne » car la protagoniste, une maîtresse d’école, « a un smartphone dans la main [et ainsi] on montre

vraiment la situation comme elle est » (12.06.23). L'authenticité signifie donc de montrer la réalité comme elle est vraiment, ce qui représente implicitement un gage de qualité et d'éthique d'une image de l'aide.

Les participant.es semblent pareillement ancré.es dans une logique de recherche d'« authenticité », telle que Léa qui déclare « ça fait un peu comme si on les [les protagonistes] avait regroupées de manière un peu forcée juste pour une photo » durant une discussion de groupe (12.06.23). Le fait de « regrouper » est ici associé à une mise en scène « forcée » qui impacte négativement l'authenticité de cette image.

Bien que j'aie recueilli peu de données sur la manifestation de ce critère dans la pratique, car il n'était jamais explicité lors des formations, le témoignage de Julia me donne des informations sur les éléments requis par les ONG dans leurs *briefing*, dont le principal semble être l'« authenticité ». Elle souligne l'aspect construit de ce critère, bien qu'elle comprenne « ce qui est attendu » en raison de son expérience dans le domaine. Lors de son expérience en tant qu'intermédiaire entre une photographe d'Afrique du Sud et une ONG de Bern – évoquée précédemment – elle a notamment dû expliquer à la photographe ce que l'ONG entendait par « authentique » :

« par exemple dans le briefing quand tu dis 'fais ça d'une manière authentique', ça veut dire quoi authentique ? chacun [elle rit] comprend autre chose ! [...] moi par exemple je suis retournée chez [Nom de l'ONG] et j'ai dit 'mais c'est quoi exactement ce que vous entendez par authentique?' Et c'était beaucoup plus précis et ça m'a permis de après donner à la photographe beaucoup plus d'exemples, vu que moi je connais le contexte dans lequel elle vit je pouvais dire par exemple 'tu sais comme cet exemple-là' et je lui faisais un exemple de son quotidien [...] pour qu'elle comprenne ce qu'ils veulent dire avec ça, parce qu'elle pourrait aussi se dire que authentique c'est que 'je vais les saper [bien les habiller] quoi, ils vont être dans leur meilleure tenue', mais c'est pas ça qu'ils entendent l'ONG [...] et ça l'ai aidée (elle a dit) "okay je vois le style qu'ils veulent ou le style qu'ils veulent pas." (30.06.23 Julia)

En plus d'illustrer la construction de ce critère, cette situation explique également, en partie et de manière non représentative, la continuité des représentations et des codes – observés

et identifiés dans la littérature – fréquents dans ces images de l'aide : bien que l'ONG ait employé une photographe « locale », celle-ci a dû s'adapter aux critères définis par l'organisation. Or ces derniers semblent dans ce cas imprégnés d'ethnocentrisme, teintés entre autres d'un imaginaire autour des pays d'intervention de l'aide. Celui-ci ressort dans cet extrait à travers la demande spécifique de « ne pas trop bien habiller » les protagonistes. Julia me confie également qu'il est courant que l'ONG interdise de photographier des protagonistes portant des « habits de marque ». J'explorerai cet enjeu, lié à un régime de représentation racialisé, dans mon second axe analytique. Avant cela, je vais mobiliser l'analyse de Guillermet et al. pour mieux appréhender cette notion et comprendre la volonté des ONG de produire des images de bénéficiaires de l'aide « authentiques ».

Les anthropologues constatent, malgré les différents contextes et étapes du processus, que la fabrication des « images humanitaires » révèle un dénominateur commun : l'usage de la photographie, en particulier numérique, nourrit l'idée d'une mise en lien direct des spectateur.ices avec d'autres humains (Guillermet et al. 2012 : 10). Cette volonté de créer un lien entre le public et les bénéficiaires explique selon ces auteur.ices la prévalence de l' « authenticité » dans la construction de ces images.

Iels exposent par ailleurs le fait que ce processus de fabrication d'images « authentiques » est le produit de négociations de la part des différent.es acteur.ices impliqué.es, notamment des personnes photographiées (2012 : 10). Cette analyse me permet de nuancer quelque peu celle de Julia, qui accentue spécifiquement le pouvoir de l'ONG. Dans la situation exposée ci-dessus, la construction d' « authentiques bénéficiaires » (ibid. : 2) est effectivement le produit des divers.es acteur.ices impliqué.es, dont elle-même qui traduit la volonté de l'ONG et leur vision d'une image « authentique » ainsi que la photographe locale, qui va ensuite sélectionner les protagonistes et leur demander de ne « pas trop bien s'habiller ». L'une des conséquence de ce processus de fabrication qu'elles mettent en avant à travers des études de cas est le fait que cette ce processus estompe les complexité des identités.

L'analyse ethnographiques des formations révèle plusieurs logiques concurrentes à l'œuvre dans ces situations. Je constate une logique de transmission de savoir du côté des formateur.ices, fondée sur l'idée que l'amélioration de la communication visuelle est possible et

liée à une logique responsabilisante vis-à-vis des acteur.ices de l'aide encouragé.es à être réflexifs tout au long du processus de fabrication des images. Les intervenant.es définissent l'« image éthique » en s'appuyant sur des critères spécifiques – faisant écho aux critères dans les chartes – tels que le besoin de « temps », le « consentement informé », la « transparence » et la « cocréation ». Parallèlement, des logiques de recherche de « marche à suivre » et de « déresponsabilisation » émergent de la part des participant.es vis-à-vis des critères qu'on leur énumère. En contraste à ceux-ci, iels construisent une définition plus large d'une « image éthique ». Celle-ci prend en compte la diversité des interprétations et les enjeux pratiques. Iels considèrent également l'impact d'une image en fonction de son contexte de production et d'utilisation.

La définition d'une « image éthique » et les pratiques associées ne sont ni claires ni homogènes comme on pourrait le penser en consultant des chartes ou en se référant aux discours des expert.es. Cette analyse illustre comment, dans ces formations, les différent.ess acteur.ices naviguent entre plusieurs systèmes de référence pour justifier, guider et légitimer leurs choix : les formateur.ices se réfèrent principalement aux « narratifs dominants » hérités d'une « iconologie coloniale » qu'il faut éviter de reproduire, tandis que les participant.es s'appuient sur les valeurs et intentions des ONG, dont l'image pourrait être le reflet. Ainsi, l'« image éthique » apparaît comme un concept en constante évolution, un objet de négociation, voire de torsion, entre différents acteur.ices (Gallenga 2013 : 24). Ces formations permettent des apprentissages, des remises en question, des échanges, la circulation de termes pour penser plus précisément et de façon critique les représentations des bénéficiaires et enfin elles démontrent l'importance de comprendre ces représentations dans une perspective temporelle et évolutive, rappelant le caractère dynamique de l'iconographie de l'aide sur un temps plus long.

Pour conclure ce premier chapitre analytique, je constate cependant les limites d'une communication visuelle éthique, telle que définie dans les chartes et lors des formations spécialisées. Premièrement, la considération de cette « éthique » comme potentiel nouveau *buzzword* du développement met en lumière le fait que malgré leur définition claires et définies dans ces outils, ils peuvent avoir différentes significations et parallèlement avoir une valeur consensuelle, limitant leur portée et leur application concrète. Ensuite, tous les acteur.ices ne

participent pas à ce dialogue. Certaines voix, notamment celles des protagonistes, sont absentes. Et parmi les personnes présentes, toutes n'ont pas le même poids dans la construction de cette notion d'image éthique. Les participant.es remettent parfois en question les propos de l'intervenant, mais rarement de manière directe et explicite. La position des intervenants, notamment ceux du cabinet spécialisé, reste celle d'expert.es en la question, malgré les processus de négociation observés. Cette entrée par l'image me permet de matérialiser l'impasse à laquelle semblent faire face les acteur.ices de l'aide sur ces questions, indépendamment de leurs bonne volonté et du travail critique qu'ils peuvent faire sur ce domaine. Dans le prochain chapitre, j'analyserai dans quelle mesure deux enjeux transversaux imprègnent les situations observées et le processus de fabrication des images de l'aide : la globalisation néolibérale et le régime de représentations racialisé.

Expliquer cette impasse : enjeux transversaux aux outils pour des images « éthiques »

Au cours de cette première étape analytique, j'ai constaté des doutes et des difficultés rencontrées par les acteur.ices quant à ces images de l'aide, ce malgré l'existence de chartes et de formation spécialisées sur la question. La conclusion du premier axe analytique est mitigée quant à la potentialité pour les ONG de mettre en place une communication visuelle « éthique » telle que définie dans les chartes et par les formateur.ices. C'est pourquoi, afin de mieux comprendre l'impasse à laquelle font face ces acteur.ices ainsi que les limites de ces outils, j'appréhenderai, dans ce chapitre, les images de l'aide comme le reflet d'un contexte macro-structurel complexe. Dans un premier sous-chapitre, je m'intéresserai au positionnement des ONG au cœur du modèle néolibéral de globalisation ainsi qu'au statut attribué aux images de l'aide dans celui-ci. Je traiterai ensuite, dans un second sous-chapitre, de l'ancrage de ces images dans un régime de représentation racialisé héritées de la colonisation et de l'esclavagisme.

Les ONG dans le modèle de globalisation néolibéral

Olivier de Sardan remarque qu'il réside une tension entre le paradigme altruiste du développement dénotant une dimension morale et le fonctionnement du développement comme « un marché et une arène » (1995 : 177). Il explique que cette vision altruiste masque les velléités capitalistes du développement. Partant de ce constat, je me demande : dans quelle mesure ce paradigme altruiste imprègne-t-il les processus réflexifs et la création d'outils pour produire des images « plus éthiques » ? Pour répondre à cette question, je vais présenter les points problématiques principaux exposés par les formateur.ices et identifier ce que je considère comme une forme de « point aveugle » dans leurs propos.

Les personnes intervenant durant ces formations, critiquent à plusieurs reprises la « comm' », autrement dit le secteur d'une ONG chargé de la communication. Markus souligne notamment leur manque de réflexion et de responsabilisation : « il est important d'être [...] transparent et de penser avant d'agir, ce que les personnes en comm' ne font pas toujours... » ; « le principe d'éthique de la responsabilité 'do not harm' (ne pas faire de mal) n'est pas vraiment un objet pour les personnes travaillant en communication. » (12.06.23) ; ou encore « dans la recherche de fonds (...) il y a beaucoup de bonnes intentions, mais beaucoup de ces campagnes restent dans des vieux patterns coloniaux » (20.06.23). Emelyne et Yasmina rejoignent ce jugement selon lequel la « comm' » ne suivrait pas les normes éthiques du reste du programme (20.06.23), ce que Troit dénonce également en relevant la non-application du paradigme participatif de l'aide dans les campagnes publicitaires des ONG (2014).

Iels expriment aussi fréquemment la déconsidération du personnel sur place et des photographes locaux.ales par les ONG. Emelyne dénonce cette dépréciation et défend l'intégration de ces personnes au sein du processus de fabrication des images, dans une forme de « cocréation » évoquée précédemment :

« Ça n'est pas une question de 'juste prendre des photos' quelque part, mais il faut une réelle cocréation [...] soit utiliser les ressources des créateurs locaux, des photographes et communicateurs, vidéographes. » (20.06.23).

Elle distingue ainsi l'action de « juste prendre des photos » d'un processus de réelle « cocréation » avec les photographes locaux. Qu'est-ce que signifie « juste prendre des photos ? ». D'après les propos de Markus, il semble que cette expression se rapporte à la démarche critiquée ci-dessus, soit le domaine de la « comm' » qui serait totalement détaché des préoccupations « éthiques » et cherchait à « juste prendre des photos » pour illustrer les projets (12.06.23). Au contraire, il avance qu'« une image ne devrait pas 'juste être une illustration' [et que] la fin ne devrait pas justifier les moyens » (20.06.23).

En somme, les critiques principales adressées par les intervenant.es concernent le domaine de la communication, dont le fonctionnement entre en contradiction avec les buts et valeurs des ONG visibles notamment dans la mise en place de leur projets. Ces buts et valeurs semblent en effet inscrits dans un certain « paradigme altruiste » (Olivier de Sardan 1995 : 176) dont le fait de prendre en compte des « préoccupations éthiques » (Markus 12.06.23). Or les objectifs du domaine de la communication sont présentés comme freinant ou contraires aux buts et valeurs défendus par l'ONG. Aussi, je constate une division dans leurs discours entre une forme de « cocréation éthique » dans la communication, qui impliquerait directement les photographes et les employé.es sur place ; et le fonctionnement actuel de celle-ci, qui prendrait « juste des photos » pour illustrer les projets et récolter des fonds, sans tenir compte des préoccupations « éthiques » dont celle de l'intégration des acteur.ices locaux.ales au processus de création des images. Ce que je qualifie de « statut illustratif » des images se rapporte à ces dernière vision dépeinte par les intervenant.es.

Ces regards critiques sur le domaine de la communication des ONG et sur le statut illustratif des images dénotent une confusion autour de celui-ci, sans qu'il ne soit toutefois fondamentalement remis en question. Dans les situations observées, le statut des images de l'aide implicite demeure en effet presque invariablement celui d'illustrer des projets en vue de convaincre le public du bien fondé de leurs actions et entraîner des dons. À titre d'exemple, Markus dévalorise une photographie d'un groupe de femmes souriantes debout devant un bâtiment, car celle-ci « ne rend pas assez compte des activités de l'ONG » (12.06.23). Cette intervention laisse sous-entendre que le rôle de ces images est de « rendre compte des activités de l'ONG », soit d'illustrer les projets mis en place. Il précise également, lors d'un exercice,

que pour réaliser une bonne image il faut « se demander ce que les personnes [bénéficiaires] considèrent qui pourrait [bien] illustrer le programme ». La majorité des acteur.ices observé.es partagent cette considération des images de l'aide comme illustratives. Corinne synthétise l'appréciation des participant.es de ces images :

« Notre travail c'est avoir plus d'aide, on doit illustrer quand même, on va chercher ces images pour quelque chose, on est obligé d'utiliser certains déclencheurs compréhensibles pour créer du lien et de la solidarité chez le public. » (12.06.23).

Cette considération du statut illustratif des images justifie donc ici la mobilisation de « déclencheurs compréhensibles », autrement dit de lieux communs ou stéréotypes fréquents dans les images de l'aide.

Somme toute, l'argumentation des formateur.ices pour la mise en place d'une réelle « cocréation » dans le processus fabrication des images de l'aide implique une remise en question du domaine de la communication plus largement et témoigne d'un regard critique sur le statut illustratif de ces images car, selon eux, l'essentiel ne devrait pas être de récolter le plus de fonds possible. Toutefois, il semble difficile d'appréhender ces dernières – pour les intervenant.es comme pour les participant.es – hors de ce statut illustratif, qui reste le cadre principal dans lequel ces images et les outils visant leur amélioration sont pensés. J'identifie donc un certain « point aveugle » autour du statut de ces images dans les situations observées. Or, cette question me paraît essentielle pour comprendre les perceptions des acteur.ices rencontré.es et particulièrement les difficultés rencontrées dans leur appréhension des chartes et des formations.

En vue de mieux appréhender le statut attribué à ces images et intrinsèquement lié à la récolte de fonds, je vais présenter le « modèle néolibéral » dans lequel les ONG sont incorporées (Kamat 2004 : 155) et qui encadre le processus de fabrication des images de l'aide. Les anthropologues M. Moberg et S. Lyon définissent la globalisation néolibérale dans le chapitre « What's Fair? The Paradox of Seeking Justice through Markets » :

« Un modèle de développement économique actuellement dominant parmi les gouvernements, les agences de prêt multilatéral, les organismes commerciaux [...] qui a

largement supplanté les précédents modes de développement économiques enracinés dans la régulation étatique du marché et des échanges internationaux [...]. »⁵⁵ (2010 : 1-2).

L'implémentation mondiale de ce mode de développement économique s'explique en raison des fortes inégalités de transfert dans les années 1980, à la suite des luttes décoloniales, qui ont mené de nombreux pays du Sud global à se tourner vers le Fonds monétaire international (FMI) et à accepter certains programmes dont l'effet était l'imposition de politiques néolibérales, telles que le retrait de tarifs protecteurs et les restrictions sur les investissements étrangers. Ceci, afin de maximiser les exportations et tenter de rembourser leur dette. Ces gouvernements ont ainsi perdu le contrôle souverain de leur économie (Moberg et al. 2010 : 2). Comment les ONG s'intègrent-elles à ce modèle ? Kamat considère que toute discussion sur les limites et le potentiel des ONG – dans lesquelles s'ancre ce travail – doit prendre en compte l'ordre international économique et particulièrement la notion néolibérale de « société civile » (2004 : 156). Celle-ci a émergé récemment comme acteur politique au sein des discours du développement international (*ibid.* : 157), considérée comme « proche des intérêts du peuple » en opposition à un État perçu comme fragmenté par la corruption (*ibid.* : 158). Selon l'autrice, dans cette nouvelle ère du « bottom up growth (croissance par le bas) » et du « social improvement (progrès social) », les ONG sont perçues comme les premières catalyseuses de changement social, voire comme des agentes de la démocratie. Dans cette perception, les organisations sont des actrices rationnelles capables de dépasser les intérêts économiques pour agir sur des questions de bien-être général (*ibid.* : 155). Kamat dénonce ce désengagement théorique assimilant les ONG à la notion de « société civile », car d'une part il invisibilise les aspects de la propriété privée et du marché capitaliste, constituants pourtant essentiels de la « société civile » et du fonctionnement des ONG. Et d'autre part, il permet à ces dernières de faire des revendications morales de démocratie et de justice, déconnectées des réalités politiques et économiques (*ibid.* : 159). Ce qui se manifeste dans des chartes mises en place face aux problèmes de communication visuelle des ONG, à l'intérieur desquelles le financement des organisations n'est que très peu évoqué, pour centrer les propos sur les modalités de production d'images « plus éthiques ». Comment cet ancrage dans le néolibéralisme et cette identification

⁵⁵ Traduction personnelle.

des organisations à la « société civile » se manifestent-ils dans ces outils pour des « images éthiques » ? Cette notion véhicule l'idée d' « auto-détermination individuelle » qui se reflète notamment dans la valeur accordée à l'agentivité visible des protagonistes sur les images, perçue comme gage d'une représentation « digne », « authentique » de ces personnes et ainsi de la production d'une « image éthique ». D'après l'auteur, dans ce modèle néolibéral de la société civile l'individu est effectivement à la fois responsable du problème et des solutions, ce qui minimise les causes sociales et politiques de la pauvreté (2004 : 169). Ce modèle individualise les solutions comme les causes des inégalités socio-économiques produites par le modèle extractiviste des rapports Nord-Sud.

Au sein de celui-ci, les images de l'aide peuvent, d'après les propos de Cremin, être appréhendées comme des produits dans un marché de la « conscience sociale » (2011 : 80). L'auteur précise que les « victimes esthétisées sont les récipients dans lesquels notre conscience sociale imaginée est transférée, parallèlement aux dons », ce qui nourrit notre croyance que « l'intérêt que l'on porte aux situations de vulnérabilité des autres délivre un jour une solution politique » (*ibid.* : 81). D'après lui, « les victimes sur ces images se renouvellent continuellement, et on ne surmonte ainsi jamais la pauvreté ni l'exclusion sociale » (*ibid.* : 81-82). Il met en avant la dimension cyclique et continue de ce marché et souligne la dimension « esthétique » de ce qu'il nomme le « libéralisme de gauche » (2011 : 78). Outre cette dimension – qui se manifeste selon moi dans la définition d'une « image éthique » dans les chartes, ainsi que par les participants aux formations – il explique que la croissance rapide des fonctions de communication des ONG mène à une technicisation des procédures. Les discussions autour de ces images se voient alors selon lui réduites aux aspects quantitatifs et aux modalités d'action. Autrement dit, le débat se technicise, au détriment d'une remise en cause du projet politique (*ibid.*) ce qui se reflète notamment dans la création de nouveaux outils telles que la *consent app* par le cabinet spécialisé intervenant lors des deux dernières formations. Chouliaraki constate également que les « communications de solidarité » s'appuient de plus en plus sur la logique *marketing* du monde de l'entreprise ainsi que sur les technologies numériques et stipule qu'elles répondent ainsi à « l'effondrement politique des récits de l'humanité commune par la célébration d'une politique néolibérale et d'un altruisme feel-good » (2012 : 6).

La notion d' « image éthique », en tant que nouveau *buzzword* du développement, contribue à construire ces nouvelles « communications de solidarité » ancrée dans les politiques néolibérales (*ibid.*). Selon Kamat, le facteur « feel-good » des *buzzwords* du développement les placent au-dessus de la critique (Kamat 2004 : 11 ; Cornwall 2007 : 475), ce qui n'est pas anodin dans un contexte où la légitimité institutionnelle des ONG doit sans cesse être renouvelée. Cornwall et Brock expliquent de plus que ces termes peuvent « traversent différents domaines et s'en retrouvent dépolitisés » (Cornwall 2007 : 474).

Aussi, sans nier les motivations morales des employé.es et bénévoles des ONG présent.es lors des formations ni suspecter une quelconque hypocrisie dans la mise en place de tels outils, je constate dans ce sous-chapitre leurs limites dans l'accompagnement des ONG vers une production d'« images éthiques » telles que défini dans les chartes et par les intervenant.es lors de formations. En effet, les formateur.ices critiquent principalement le domaine de la communication, sans toutefois remettre fondamentalement en question le statut illustratif de ces images en vue de récolter des fonds et asseoir la réputation de celle-ci. Aussi, à la lumière de ces approches, ces outils – notamment les listes de *do's and dont's* présentées dans les chartes et les outils techniques développés pour les ONG – semblent chercher à faciliter un certain contrôle sur le processus de fabrication des images. Ceci, tout en construisant une « image éthique » individualisant les solutions comme les causes des situations des bénéficiaires photographié.es et minimisant ainsi leurs fondements socio-politiques. De plus, malgré le caractère dynamique de ce processus de fabrication des images de l'aide, celle-ci conservent leur statut illustratif dans le « marché de la conscience », qui masque la recherche de solutions politiques (Cremin 2011).

Ces logiques esthétiques et de technicisations ancrées dans le modèle de globalisation néolibérale imprègnent le processus de fabrication des images de l'aide et encadrent la création des outils pour une communication visuelle plus éthique. Aussi, comme le défendent Cornwall et Brock, « il est difficile de sérieusement prétendre que l'ordre mondial néolibéral créer autre chose que des espaces plus inégaux (2005 : 17). Cela explique en partie qu'en dépit de la réflexivité, des analyses critiques des acteur.ices et de leur recherche de solutions, je constate des limites à ces outils prônant des « image éthiques ».

Ces enjeux liés au modèle de globalisation néolibéral n'expliquent toutefois pas totalement les confusions, les doutes et les processus de négociations observés lors des formations, au cours desquelles un enjeu transversal imbriqué à celui-ci était parfois évoqué : les représentations de la différence raciale dans ces images de l'aide.

Les images de l'aide inscrite dans le régime de représentation racialisé

Dans ce sous-chapitre, dans la continuité de ma démarche pour mieux appréhender la situation dans laquelle se retrouvent les acteur.ices de l'aide rencontrés ainsi que les limites des outils analysés, je m'intéresserai à la question de la représentation de la différence raciale dans ces images. Tout d'abord, je présenterai la notion d'« iconologie du colonialisme » décrite lors de la troisième formation et je mettrai en avant la continuité d'un certain imaginaire sur l'Afrique au sein de ces formations. J'appréhenderai ensuite les images de l'aide comme partie prenante de ce qu'Escobar nomme le « discours du développement » : cet « ensemble de représentations et d'imaginaires possibles » qui ordonnent le monde et placent le Sud global en tant que « problèmes » et « anormalités » (1995 : 42). En vue d'explorer ce qui est compris dans cet ensemble de représentations – en l'occurrence visuelle – je mobiliserai le concept de « régime de représentation racialisé » de Hall (1997 : 256) et j'analyserai dans quelle mesure celui-ci se perpétue dans les images de l'aide, notamment à travers la pratique de représentation visuelle de la « stéréotypisation » (*ibid.* 259).

Iconologie du colonialisme et imaginaire sur l'Afrique

Durant la troisième formation, Yasmina insiste sur la dimension systémique, politique et historique des problèmes de la communication visuelle des ONG. La prémisse à son argumentation est la suivante :

*« Le colonialisme fonctionne avec un certain langage visuel qui a toujours des traces dans le présent [...] cette iconologie est historiquement et politiquement déterminée et perpétue des relations de pouvoir. »*⁵⁶ (20.06.23).

⁵⁶Traductions personnelles.

Elle soutient ensuite que « le problème que nous essayons de résoudre est un problème de colonialité, qui est basée sur un contrôle spécifique et systémique de l'accès à toutes les facettes de la société [...] » et qu'il est donc « un problème européen [...] c'est les européens qui voient toujours les enfants soldats, les animaux sauvages, les gens affamés, les magiciens, les sorcières, l'irrationalité sauvage... c'est cet imaginaire que nous avons développée, façonnées, encouragée [...] ces projections européennes des personnes de couleurs continuent jusqu'à aujourd'hui. ». Elle explique que cet imaginaire diffus est présent dans tous les domaines de notre société et elle en développe trois : dans la société, dans la politique institutionnelle, dans le monde académique. Markus appuie ces propos en décrivant l'utilisation de champs sémantiques de « l'exotisme » et de « la tradition » pour parler du Sud global et de ceux de « la modernité, de la raison et de la générosité » pour parler du Nord global. Enfin, il détaille ce que cette iconologie coloniale signifie pour la communication visuelle des ONG (20.06.23). Durant mon terrain, j'ai constaté que ces imaginaires sur le Sud global évoqués par les formateurs, se manifestent également lors des deux premières formations en présentiel :

Bernard, le premier intervenant, expose par exemple « la lecture de haut en bas, en Z », évoquant des tests scientifiques qui prouvent que notre œil suit naturellement ce chemin sur une image (28.01.23). S'ensuit une discussion générale sur l'origine potentiellement culturelle du sens de lecture des yeux, car « le Coran est écrit à l'envers par exemple » (Valérie, 28.01.23). Paula ajoute que « même si cela était le cas, le public-cible est en Suisse, donc c'est ce sens de lecture-là en Z qu'il faut prendre en compte ». Valérie conclue la discussion en précisant que dans leur ONG, ils ont un projet dans un pays d'Afrique du Nord-Ouest dans lequel « les personnes sur place sont chargées de prendre les photos » et elle se demande donc « si elles ont pas la même lecture » et si cela ne pourrait pas être un problème (28.01.23). Dans le cadre d'un exercice, Bernard nous montre ensuite des images en nous demandant de trouver le plus rapidement possible le fruit caché dans celles-ci et David, dans l'optique de faire un lien avec la précédente discussion, ajoute en rigolant : « À mon avis au Sud ils verront pas tout de suite [le fruit] » (28.01.23).

La deuxième formation commence quant à elle avec un code QR présentant la question « Qu'est-ce que vous évoque l'Afrique ? » et les réponses données anonymement sur le moment

dont j'ai eu le temps de prendre note sont : « joie », « soleil », et « pauvreté » (12.06.23). D'autres interventions des participant.es dénotent également un certain imaginaire autour de l'Afrique. Laurence dit par exemple « ça c'est l'effet boubou ! » pour commenter une image où les personnes des tuniques amples et colorées, sous-entendant le fait que c'est un effet visuel positif pour l'image. Gérard plaisante à propos d'une image d'un pays d'Afrique non-identifié présentant une institutrice devant sa classe, en disant « elle a pas de bâton ! », sous-entendant que les institutrices ont généralement des bâtons dans ces contextes. Il parlera de plus à deux reprises de « la brousse » pour décrire les campagnes ou autres lieux non urbanisés présentés sur les images présentées durant cette formation.

Ces exemples issus de mon terrain illustrent ce que Yasmina explicitait quant aux imaginaires autour du Sud global – particulièrement ceux du continent africain – et de leur diffusion dans la société. Afin de mieux comprendre ces notions émiques d'« iconologie coloniale », d'« imaginaire » et de « projections » (20.06.23), je reprends la définition du développement d'Escobar, comme :

« Un discours créant un espace dans lequel seules certaines choses peuvent être dites ou imaginées [...] un espace créant systématiquement des concepts, des théories et des pratiques » (39 : 1995).

Au regard des propos des intervenant.es présentés ci-dessus, j'élargi cette définition en stipulant que ce discours est également un langage visuel. En effet, en établissant certaines manières de penser - et j'ajouterais de *voir* - le Sud global, en termes de « problèmes » et d'« anormalités », ce discours – et ce langage visuel – ordonne le monde (*ibid.* : 1995). En vue de mieux appréhender cet ensemble de représentations et imaginaires possibles, je mobilise le concept de Hall de « régime de représentation racialisé » (1997 : 256). Il se demande spécifiquement quelles « representational practice (pratique représentationnelle) » de « stereotyping (stéréotypisation) » sont en jeu dans les images de sportif.ves noir.es dans les médias anglophones ainsi que dans les films (*ibid.* : 259).

Je souhaite analyser la continuation de ce « régime de représentation racialisé » hérité de l'esclavagisme et de la colonisation européenne dans les images de l'aide à travers certaines

stratégies de « stéréotypisation » qui, selon Hall, consistent à « essentialiser, réduire, naturaliser, et opposer binaires ‘nous’ et ‘les autres’ » (*ibid.*). Ce faisant, je remets en question l’hypothèse de Troit selon laquelle les victimes représentées sur les images de l’aide vont potentiellement vers une diversification et un « amoindrissement de l’asymétrie Nord-Sud » avec l’avènement de nouvelles plateformes de diffusion et la croissance des médias dans les pays du Sud (2014 : 125).

Continuité de ce « régime de représentation racialisé »

Bien que, comme évoqué précédemment, Chouliaraki observe l’émergence d’une nouvelle forme de « communication de solidarité » centrée sur le *self* (soi) et avec des images nous incitant à contempler notre propre condition (2012 : 5), je constate également, dans mon terrain, la continuité du paradigme « modernisateur » de communication du développement (Lalan et al. 2006 cité par Pelachaud 2008). Il semble donc que les divers paradigmes et modèles communicationnels des ONG identifiés dans la littérature co-existent et que certains éléments des modèles passés subsistent sous des formes altérées dans les images de l’aides actuelles. C’est pourquoi j’ai mobilisé les « pratiques représentationnelles de stéréotypisation » identifiées par Hall comme inscrites dans un régime de représentation racialisé hérité du 16^{ème} siècle et fixé ensuite plus spécifiquement durant les 18 et 19^{ème} siècles, pour analyser dans quelle mesure elles se retrouvent dans les images de l’aides actuelles.

J’ai ainsi identifié certaines pratiques entourant le processus de fabrication des images qui tendent à reproduire une forme de dichotomisation entre ce qui aurait trait à la « nature » de ce qui aurait trait à la « culture » (1997 : 243). Le témoignage de Julia sur une consigne aux photographes qui leur est transmis dans le *briefing* manifeste cette distinction essentialisante :

« Chez [Nom de l’ONG], on ne devait pas montrer de smartphones, alors que c’est pas parce que tu es un paysan avec un natel que tu as pas besoin de soutien financier... [...] j’ai râlé pendant 3 ans sur ça et maintenant ils montrent les smartphones » (26.06.23)

Ses propos critiques rejoignent la valorisation par Markus d’une images présentant une institutrice avec un *smartphone* car elle est plus « proche de la réalité » (12.06.23). Par ailleurs, ces règles s’inscrivent dans la continuité d’une assignation des corps noir.es à la nature, dans

laquelle les bénéficiaires racisées ne peuvent posséder de téléphone portable, car cet appareil est associé à un certain degré de croissance technologique qui ne correspond pas à l'imaginaire associé à leur condition. Ces règles matérialisent les imaginaires de ce régime car elles sont inscrites dans des *briefing* et encadrent les pratiques des photographes en vue de correspondre aux attentes perçues du public. En ce sens, elles sont des « pratiques représentationnelles de stéréotypisation » (1997 : 260).

Toutefois, Hall analyse ce régime de représentation comme intrinsèquement liées aux questions de pouvoir et de contre-pouvoir et stipule que celui-ci a toujours été contesté par des « contre-stratégies » cherchant à « transcoder » ces images négatives avec de nouvelles significations (1997 : 206). Dans cette optique, il est essentiel de considérer également le potentiel subversif de l'ONG, qui peut tenter de se sortir de certains schémas de représentations problématiques et proposer d'autres images. Certaines règles transmises par les ONG aux photographes reflètent d'ailleurs cette volonté de « transcoder » ces images essentialisantes, réifiant par exemple la dichotomie nature-culture :

« Il y a également la règle ne pas montrer des habits déchirés, alors que pour moi c'est normal de mettre des habits pas dommage pour aller travailler [...] » (Julia, 26.06.23)

Dans cet extrait, Julia m'explique qu'elle était tenue de demander aux personnes de se changer s'ils portaient des habits déchirés, bien qu'ils soient parfois en train de « travailler dans un champs » (26.06.23). Ceci, certainement dans l'optique de ne pas renforcer un imaginaire misérabiliste envers les populations bénéficiaires des projets. Elle est critique de cette nouvelle injonction qu'elle considère « bizarre » car c'est, selon elle, normal de ne pas mettre d'« habits dommages » pour travailler (26.06.23).

Son malaise est en partie explicable par ce qu'Hall constate dans son analyse : il est difficile de s'extraire du régime de représentation racialisés à travers ces contres-stratégies, comme dans cet exemple avec la stratégie du « renversement des stéréotypes » (1997 : 207). Selon lui, ces images sont certes potentiellement complexifiées mais une forme de binarité persiste dans ces stratégies spécifiques (*ibid.* 272).

Cette limite des « contre-stratégies » est également visible dans l'évolution de la campagne d'affichage d'Helvetas (2016) critiquée par le public et la presse. Les visuels réalisés par l'agence de communication Spinax Civil Voices (Zurich) ont évolués au cours de cette polémique, entre des images telles que celle-ci (cf. *Fig. 24*), vers celles-ci (cf. *Fig. 25, 26*). La première (*Fig. 24*) reflète une certaine idéologie libérale méritocrate et a été notamment pointée du doigt par le public en raison de la dépolitisation des éléments biographiques indiqués en légende : « accablé par la misère », « accablé par les soucis », « libéré par l'éducation », apparaissant comme des faits décontextualisés. Concernant les images comprises dans l'évolution de cette campagne, je constate qu'elles ne représentent majoritairement pas des personnes dont l'« assignation racialisante » (Mazouz 2020) est « noires ». Ce nouveau choix s'explique potentiellement en raison des critiques ayant particulièrement émanées d'un collectif afro-militant. Aussi, les noms et les pays des personnes représentées apparaissent sur les nouvelles images (cf. *Fig. 25, 26*), ainsi que des vidéos présentant la vie de certaines de ces familles, en vue de contextualiser plus précisément leurs situations. Enfin, les légendes ont été tournées à la première personne du singulier, pour accentuer peut-être une forme d'agentivité des protagonistes (cf. *Fig. 25, 26*).

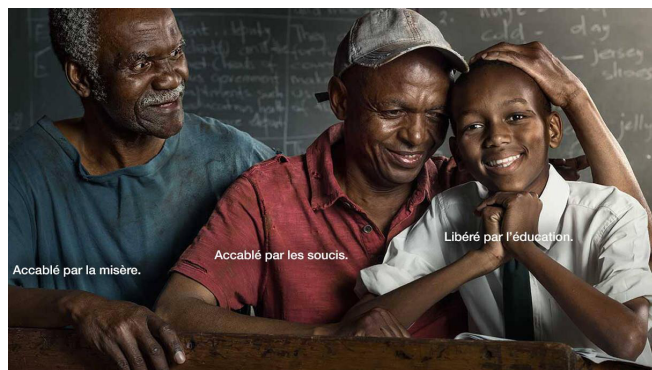


Fig. 24 : Campagne 2016. © obs / Helvetas



Fig. 25 : Campagne 2016. © obs / Helvetas



Fig. 26 : Campagne 2016. © obs / Helvetas

Toutefois, ces contre-stratégies – rappelant fortement les critères présentés dans les chartes et lors des formations – peinent à s’extraire du régime de représentation racialisé (Hall 1997 : 207). D’une part le titre d’une vidéo faisant partie de cette campagne, soit « l’évolution de la famille Shanit »⁵⁷, dénote une vision d’un certain évolutionnisme culturel ; et d’autre part, Nguwana constate dans son analyse, que « dans chaque dispositif de communication, c’est l’ONG qui s’exprime à travers les souffrances et les actions qu’elle met en évidence. Même lorsque la victime, [...] par un effet de mise en scène, donnent à penser [qu’elle s’exprime] directement, l’ONG est toujours omniprésente, et son identité est mise en avant (2020 : 469).

⁵⁷Cf. Source: <https://www.helvetas.org/fr/suisse/ce-que-vous-pouvez-faire/restez-a-l-ecoute/reportages-de-nos-projets/nepal-ascension> (consulté le 30.01.23)

Ce dernier élément analytique me semble particulièrement important en vue de souligner les « dangers » de la continuité de ce régime de représentation racialisé dans les images de l'aide produites par les ONG. Celles-ci, qui malgré leurs tentatives de valoriser les bénéficiaires dans leur communication, restent centrées sur la mise en avant de leur propre identité, dans l'optique légitimer leur existence et récolter des fonds pour continuer leurs activités.

Dans son ouvrage *Scenes of subjections : Terror, slavery, and self-making in nineteenth-century America* (1997) S. Hartmann traite des continuités de l'esclavagisme et spécifiquement des effets pervers potentiels d'une certaine empathie bienveillante menant une personne blanche à « se mettre à la place » de personnes – ou plutôt de corps – noir.es afin d'essayer de comprendre leur souffrance, mais se faisant efface totalement leur altérité, leur voix.

Ce processus d'effacement de l'altérité se retrouve dans mes données. Il imprègne une des stratégies que Markus suggère aux participant.es, soit de se « mettre à la place des personnes sur les images », pour « savoir si vous voudriez la publier ou pas ». Lors d'un entretien ethnographique, une actrice de l'aide m'explique également sa stratégie personnelle en me montrant des images qu'elle trouve « bonnes » : « j'essaie de m'imaginer que ça pourrait être des personnes blanches », afin de « tester si une image passe » ou non (Paula, janvier 2023). Or, selon Guillermet et al., en niant l'altérité de l'« autre » les spectateur.ices – et dans ce cas les membres d'ONG produisant ces images – nient leur propre identité ainsi que la « subjectivité de leur regard ». Celle-ci serait pourtant nécessaire à une véritable « approche solidaire d'égal à égal » d'après les auteur.ices (2012 : 6). Iels expliquent que ce qui peut s'apparenter à une « bonne intention », tel que certains choix de cadrage cherchant à créer une intimité – comme constaté dans le chapitre précédent – s'accompagne inévitablement d'un « effacement de l'altérité » (*ibid.* : 5). Par ailleurs, iels constatent qu'une altérité qui serait *visible* n'est souvent pas souhaitée car elle porte en elle le potentiel d'une « friction qui limiterait l'empathie » (*ibid.* : 7). Selon les auteur.ices, ces stratégies visant à permettre au public de « se mettre à la place des bénéficiaires » n'est donc pas une véritable invitation à rencontrer l'« autre », mais une « mise en scène d'une humanité vidée de son sens » (*ibid.* : 6).

Ce second sous-chapitre analytique dans lequel j'appréhende les images de l'aide comme des modes de représentation spécifiques, ancrés dans les pratiques et les rapports sociaux de

notre monde contemporain (Conord 2007 : 11) m'a permis contextualiser en partie les outils analysés dans ce travail. Tout d'abord j'ai exploré l'impact du régime de représentation racialisé hérité de la colonisation européenne dans les images de l'aide. Certains stéréotypes raciaux imprègnent toujours en partie la production et la perception de ces images. Les bénéficiaires du Sud global sont souvent réduits à des stéréotypes liés à la misère, à l'exotisme ou encore à l'irrationalité. Cela se manifeste dans les pratiques des ONG, notamment à travers leur *briefing* (exemple : l'absence de *smartphones*). Les nombreuses tentatives visant à contrer ces stéréotypes, comme la mise en avant de l'agentivité des bénéficiaires, restent ancrées dans une logique réductrice et essentialisante, bien qu'elle complexifie et diversifie les images de l'aide. Ainsi, il semble délicat de s'extraire totalement de ce régime de représentation, qui reflète des inégalités existantes socio-économiques plus vastes, qui ordonne en partie la manière dont sont pensés et créés les images de l'aide, mais aussi les chartes et les formations, ainsi que leur appréhension par les acteur.ices. Enfin, j'ai remarqué que certaines stratégies mobilisées par les acteur.ices de l'aide consistent à « se mettre à la place des bénéficiaires » afin de mieux les comprendre et éviter de « mal » les représenter. Ce processus, peu importe son bien-fondé, nie l'altérité de ces personnes, qui se retrouvent ensuite paradoxalement sans voix. Ces éléments expliquent en partie que, malgré plusieurs vagues de critiques, des changements de perspectives pour sortir de la représentation de la figure de la victime, de signatures de chartes, puis plus récemment d'organisation de formations plus ou moins spécialisées sur ces questions, cette iconographie n'échappe pas à reproduire certains processus de réification de dépolitisation et de dépersonnalisation, qui traversent le système de l'aide international de manière générale.

Conclusion : pour une redéfinition du statut des images de l'aide

En guise de conclusion, je vais revenir brièvement sur mon enquête, sur ses limites et mes impressions générales, pour enfin proposer une ouverture sur la potentialité, purement hypothétique, d'une redéfinition du statut images de l'aide.

Dans le cadre de ce travail, j'ai souhaité réaliser une analyse à deux niveaux. Dans mon premier chapitre analytique j'ai appréhendé des chartes sur la communication visuelle et particulièrement des situations de formations traitant des images de l'aide. Dans l'optique de me concentrer sur un niveau mezzo d'analyse, pertinent en anthropologie, je me suis concentrée sur les discours et pratiques entourant la notion d' « image éthique » au sein de ce deux outils. En introduisant le concept de *buzzword* du développement pour appréhender les chartes, j'ai ainsi constaté un assemblage de mots construisant cette notion inscrit dans les chartes, donnant une impression de consensus et laissant penser que le monde est gouvernable et que chacun.e peut prendre part aux décisions à travers des modes d'emplois pratiques. Puis l'analyse des formations a mis en avant les processus de négociation autour de la limite entre des images éthiques et problématiques. En m'intéressant à ces négociations j'ai constaté des processus de négociation autour de la limite entre une image éthique et problématique. Ces interactions conflictuelles se construisent sur : des logiques de transmission d'apprentissage et de responsabilisation des acteur.ices de l'aide de la part des formateur.ices, basé sur une définition des « images éthiques » comme nécessitant certains critères faisant écho à ceux présentés dans les chartes ; ainsi que sur des logiques de recherches de marche à suivre, déresponsabilisantes et basées sur une définition plus contextuelles d'une « image éthique » prenant notamment en compte les buts et valeurs de l'ONG ainsi que l'appréciation du public. Malgré ces négociations, les acteur.ices présent.es lors des formations se rejoignent sur deux aspects implicites, également explicités dans les chartes : la dignité et l'authenticité, dont les définitions justifiant certaines pratiques, tel que le fait de demander à des bénéficiaires de retirer leurs habits de marques, paraissent ethnocentrées.

En vue de monter à un niveau plus général d'analyse pour chercher à comprendre ce que mon objet d'étude peut dire du système de l'aide internationale et dans l'optique de comprendre notamment ces critères communs sous-jacent, j'ai analysé ces images en continuité avec le régime de représentation racialisé hérité de la colonisation européenne. Je peux ainsi comprendre l'importance accordée à la présentation dignes et authentiques de ces protagonistes qui s'ancre dans une stratégie visant à contrer les représentations misérabilistes associées au passé. Toutefois, il s'avère que ces tentatives de contre-discours ne peuvent pas totalement s'extraire du régime de représentation racialisé, qui se manifeste aussi bien dans les images de l'aide, que dans le contenu des outils analysés et leur appréhension par les acteur.ices de l'aide. Ceux-ci, malgré leur portée critique, peuvent ainsi en partie s'ancrer dans des logiques plus larges, parfois qu'ils critiquent paradoxalement. C'est pourquoi j'ai également considéré les ONG comme traversées par et impliquée dans la globalisation néolibérale, afin de comprendre le contexte macro-structurel entourant la mise en place de ces chartes et l'organisation de ces formations. Cette analyse m'a permis de mettre en lumière un point aveugle dans les propos critiques des intervenant.es, centrés sur le domaine de la communication dont les objectifs semblent perçus comme opposés aux valeurs et buts de l'ONG. Cette critique, ancrée dans un certain paradigme altruiste, masque la définition inchangée du statut illustratif des images pensées pour la récolte de fonds. Cette considération permet de prendre du recul sur ces outils, qui en construisant l'« image éthique » comme nouveau *buzzword* du développement, s'ancrent dans des logiques néolibérale d'esthétique et de technicisation, qui ont un effet dépolitisant sur leur contenu. La prise en considération d'éléments macro-structurels qui se manifestent dans mes données au niveau micro, donne un éclairage sur l'impasse à laquelle ces acteur.ices semblent faire face, quand bien même beaucoup d'énergie, de temps et d'argent sont parfois investi pour faire évoluer ces images. En effet, que cela soit l'enjeu transversal du néolibéralisme ou du racisme, ils encadrent la manière dont ces images sont conçues, perçues et produites.

Mais dans ce cas, pourquoi mettre en place de tels outils, et pourquoi les analyser ? Mon objectif n'est certainement pas de réduire les situations observées et documents analysés à ces enjeux transversaux. C'est pour cela que mon premier axe analytique se centre sur les discours et pratiques entourant ces images de l'aide, car c'est à ce niveau que je souhaitais explorer la

potentialité de construction d'une forme d'éthique « en train de se faire » autour de ces images par les acteur.ices de l'aide contribuant à les produire. Malgré mon constat mitigé quant à cette potentialité, ce travail reste limité et j'aurais envie de plus m'ancrer dans la démarche ethnographique pour observer et discuter plus en profondeur avec les membres d'ONG ainsi que les organes se spécialisant sur ces questions quant à leur appréhension de ce processus de fabrication des images de l'aide. Aussi, je ne pense pas que ces situations de formations soit exemptent d'une portée critique, car le dialogue et l'échange de techniques me semble essentiels à la construction d'autres pratiques entourant ces images de l'aide. Tout comme je ne pense pas que les démarches visant une « cocréation » ou un « empouvoirement » soient nécessairement a laissé tomber, ce sont tout de même des pistes à creuser, des pistes dynamiques qui peuvent tenter de s'extraire de ces enjeux transversaux et ainsi créer des espaces d'échanges et de réflexions entre les acteur.ices concerné.es.

Si je me prête à l'exercice de pensée selon lequel ces images peuvent réellement être réinvesties, ce changement impliquerait selon moi une redéfinition de leur statut, actuellement considéré comme des illustrations des projets et des valeurs de l'ONG, afin de représenter celle-ci, de légitimer son existence et d'engendrer des dons pour soutenir ses actions. J'imagine un monde où les ONG ne communiquent plus à travers ces images principalement, où leur production et leur importance diminuent. Ainsi, elles peuvent être réinventée dans le cadre de projets particuliers porté par l'ONG et centrés sur les questions de représentations. L'organisation allouerait des fonds spécifiques, du temps, un programme et des équipes de personnes comprenant des bénéficiaires intéressé.es, des employé.es de l'ONG dans le Nord et dans le Sud, mais également des artistes locaux pour accompagner les participant.es au projet. Une approche artistique mélangeant divers médium et formats, du collages aux hologrammes en passant par des performances, déconstruisant la dichotomie fiction-réalité prévalente actuellement, me semblerait particulièrement pertinente pour s'extraire de cette recherche de représentations « authentiques » et « dignes » par peur d'être accusée de misérabilisme. La concentration sur une démarche d'échange et de pratique de l'art sans pression de performance me semble également pertinent dans une entreprise de politisation de ce processus de fabrication des images de l'aide. Bien que ces images ne soient pas la source du problème comme on le devine dans cette analyse, elles pourraient permettre ainsi des points de rencontres créatifs et

critiques, des espaces où les acteur.ices peuvent de se détacher quelques peu des enjeux dépolitisant et altérisant au cœur du système de l'aide.

Dans un retour à la réalité, je projette plutôt la continuité de tentatives de contre-discours par les organisations, l'augmentation des attentes de la DDC quant à ces images, la création de plus d'outils techniques digitaux visant à faciliter la mise en place des « critères éthiques », voire potentiellement la création d'un label attestant de la qualité « éthique » d'une campagne, ou d'agences spécialisées dans la production de telles images.

Bibliographie

ABU-LUGHOD, Lila.

« The romance of resistance: Tracing transformations of power through Bedouin women ». *American ethnologist*, 1990, vol. 17, no 1, pp. 41-55.

ALLINA-PISANO, Jessica 2009.

« How to tell an axe murderer: An essay on ethnography, truth, and lies ». In: *Political ethnography: What immersion contributes to the study of power*, pp. 53-73.

ANGROSINO, Michael 2009.

Doing ethnographic and observational research. London : Sage.

ATLANI-DUAULT, Laëtitia 2009.

« Chapitre 1. L'anthropologie de l'aide humanitaire et du développement : Histoire, enjeux contemporains et perspectives ». In : *Anthropologie de l'aide humanitaire et du développement*. Armand Colin, pp. 17-40.

BACCHETTA, Jean 2021.

« Les univers transmédias du cosplay. Une étude anthropologique des productions visuelles du cosplay suisse romand ». *Master en Anthropologie*. Université de Neuchâtel, Institut d'ethnologie.

BBC 2021.

Article « Oxfam: UK halts funding over new sexual exploitation claims », publié le 07.04.21.
Source : <https://www.bbc.com/news/health-56670162> consulté le 16.09.23.

BEAUD, Stéphane et WEBER, Florence 2008.

Guide de l'enquête de terrain, nouvelle édition. Paris : La Découverte.

BENOVSKY, Jiri 2010.

Qu'est-ce qu'une photographie ? Paris : Chemins philosophiques.

BOLTANSKI, Luc 1993.

La souffrance à distance : morale humanitaire, médias et politique. Paris : Éditions Métailié.

BRAGARD, Marlène 2009.

« Communication et éthique dans les mailings pour la récolte de fonds : Un stage au sein de l'ONG Médecins du Monde », *Master en Communication*.

BRAUMAN, Rony & BACKMANN, René 1996.

Humanitaire et Média. CFPJ Éditions. Paris : Victoires Éditions.

- CARDON, Dominique 1994.
« La souffrance à distance (Luc Boltanski) ». *Réseaux. Communication-Technologie-Société*
vol. 12, no 65, pp. 123-126.
- COLLECTIF AFROSWISS, 2016.
Communiqué de presse du « Post tenebras... Helvetas », publié le 7.11.16. Source :
<https://collectifafroswiss.wordpress.com/2016/11/07/post-tenebras-helvetas/> consulté le
23.09.24.
- CREMIN, Ciara 2011.
Capitalism's new clothes: Enterprise, ethics and enjoyment in times of crisis. Londres : Pluto
Press.
- CHOULIARAKI, Lilie 2012. « The theatricality of humanitarianism: A critique of celebrity
advocacy ». *Communication and critical/cultural studies* vol. 9, no 1, pp. 1-21.
- CONORD, Sylvaine 2007. « Usages et fonctions de la photographie ». *Ethnologie française*
vol. 37, no 1, pp. 11-22.
- DAUVIN, Pascal 2010.
La communication des ONG humanitaires. Paris : Editions L'Harmattan.
- DACHEUX, Eric 1998.
« (Re) penser la communication humanitaire ». In: *Communication. Information Médias
Théories*, vol. 18, no 2, p. 116-141.
- DORTIER, Jean-François 2013.
Dictionnaire des sciences sociales. Sciences humaines.
- ESCOBAR, Arturo 1995.
Encountering Development, New Jersey : Princeton Studies.
- FEDERO. 2024, mise à jour du 12.08.24. Federeso [En ligne]. <https://federeso.ch/>
- FLICK, Uwe 2009.
An introduction to qualitative research. London: Sage Publication Ltd.
- GALLEGA, Ghislaine 2013.
« L'éthique entrepreneuriale : un objet anthropologique ? ». *Moussons. Recherche en sciences
humaines sur l'Asie du Sud-Est* no 21, pp. 21-36.
- GALLEGA, Ghislaine & SOLDANI, Jérôme 2013.
« Jalons pour une anthropologie de l'éthique entrepreneuriale en Asie du Sud-Est ». *Moussons. Recherche en sciences humaines sur l'Asie du Sud-Est* no 21, pp. 5-19.

- GAJARDO Anahy.
2023. séance 12). Cours dispensé dans le cadre du séminaire « socio-anthropologie de l'aide internationale » (séance 12). Neuchâtel : Université de Neuchâtel, institut d'ethnologie (cours non publié).
- GUILLERMET, Élise, MOURIÈS, Johanne Pabion, et EDLER, Annalena 2012.
« Un, on te prend. Deux, on t'efface. Trois, on t'affiche : Le processus de dépersonnalisation des photographies de l'humanitaire ». *Revue internationale d'éthique sociétale et gouvernementale*, vol. 14, no 2, pp. 1-10.
- HALL, Stuart 1997.
« The spectacle of the 'other' ». In : *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. pp. 225-283.
- KAMAT, S. 2004.
« The Privatization of Public Interest: Theorizing NGO Discourse in a Neoliberal Era ». *Review of International Political Economy* vol. 11, no 1, pp. 155–176.
- KEITA, Sékouna 2009.
« Communication, médias et solidarité internationale : la médiatisation de l'humanitaire dans la presse française ». *Thèse de doctorat en communication*. Retrieved from <http://docnum.univ-lorraine.fr/public/UPVM/Theses/2009/Keita.Sekouna.LMZ0915.pdf>.
- KLINGBERG, Sylvia 1998.
« Le sans-frontiérisme et l'intégration planétaire ». *L'Homme et la société : Regards sur l'humanitaire*, no 129, pp. 29-46.
- LEGEWIE, Heiner 1994.
« Globalauswertung von Dokumenten ». In: *Konzepte, Methoden, Werkzeuge*. Konstanz: Universitätsverlag, 100-114.
- LATITUDE 21.
2024, mise à jour du 23.09.24. Latitude 21 [En ligne]. <https://www.latitude21.ch/>
- LI MURRAY, Tania 2016.
« Governing rural Indonesia: convergence on the project system » *Critical Policy Studies* vol. 10, no 1, pp. 79-94.
- MASSÉ, Raymond 2000.
« Présentation : l'anthropologie au défi de l'éthique ». *Anthropologie et sociétés* vol. 24, no 2, pp. 5-12.
- MASSÉ, Raymond 2009.
« Anthropologie des moralités et de l'éthique : essai de définitions ». *Anthropologie et sociétés* vol. 33, no 3, pp. 21-42.

- MEUSER, Michael et NAGEL, Ulrike 2002.
« ExpertInneninterviews vielfach erprobt, wenig bedacht: Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion ». *Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung*, pp. 71-93.
- MOBERG, M. & LYON, S. 2010.
« What's Fair?: The Paradox of Seeking Justice through Markets ». In: *Fair trade and social justice: Global ethnographies*.
- MULUNDA Wetu-muka, 2016.
Lettre ouverte « Ce monde noir qui pend se répand mendie et qui nous doit tout », publiée le 03.11.16. Source : <https://iamwetu.com/2016/11/03/ce-monde-noir-qui-pend-se-repand-mendie-et-qui-nous-doit-tout/> consultée le 10.01.25.
- NGOUANA, Lyonelle 2020.
« L'espace de la communication des organisations humanitaires comme espace de négociation d'enjeux de légitimité ». *Études internationales* vol. 51, no 3, pp. 455-479.
- NIEZEN, Ronald 2018.
« Anthropological approaches do power ». *The International Encyclopedia of Anthropology*, pp. 1-10.
- OLIVIER DE SARDAN, Jean-Pierre 1995.
« La politique du terrain. Sur la production des données en anthropologie ». *Enquête. Archives de la revue Enquête*, no 1, pp. 71-109.
- PARSONS, Sarah 2009.
« Sontag's Lament : Emotion, Ethics, and Photography » [S. SONTAG]. *Photography and Culture* vol. 2, no 3, pp. 289-302.
- PELACHAUD, Guy 2008.
« Sur : Place et rôle de la communication dans le développement international » [LALAN et AL.] *Communication. Information médias théories pratiques (Québec)* vol. 26, no 2, p. 253-269.
- PISIER, Evelyne 1994.
« Sur : La souffrance à distance, morale humanitaire, médias et politique [L. BOLTANSKI]. *Revue Française de Science Politique*, vol. 44, no 2, pp. 326–330.
- RAJARAM, Prem Kumar 2002.
« Humanitarianism and Representations of the Refugee ». In: *Journal of refugee studies*, vol. 15, no 3, pp. 247-264.
- RIST, Gilbert 2007.
« Development as a buzzword ». *Development in practice* vol. 17, no 4-5, pp. 485-491.

RIST, Gilbert 1996.

« Chapitre 4 : L'invention du développement ». In : *Le développement. Histoire d'une croyance occidentale*. Paris : Presses de Sciences po, pp. 127-145.

ROSENTHAL, Gabriele 2018.

Interpretative Social Research. An Introduction. Göttingen: Universitätsverlag Göttingen.

SARR Felwin, SONDARJEE Malikae et RUGIRA Jeanne-Marie.

2020. *Décoloniser le développement*, organisé par l'association canadienne d'étude du développement international ACEDI [Vidéo en ligne]. Mise en ligne le 02.06.2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=XEYX5bKQINc> [consulté le 16.01.2024].

TALL, Yasmine 2019.

« Analyse de la stratégie de communication de Médecins Sans Frontières : Le cas du cyclone Idai ». *Master en communication*.

TROIT, Virginie 2014.

« La photographie, prisme de lecture et enjeu révélateur du système de l'aide internationale ». *Monde en développement*, no 1, pp. 119-131.

VOLLAIRE, Christiane 2018.

« L'usage de la douleur de l'autre ». *Pratiques : les cahiers de la médecine utopique* no 81, pp. 50-53.

WAJNBERG Marc-Henri

2013. *Kinshasa kids*.

YANN ARTUS Bertrand.

2012. *La soif du monde*.

Tables des figures

Fig. 1 : Nigeria, 1971 © Abbas / Magnum Photos. Source : <https://50years.msf.org/home/fr>, consultée le 23.09.24.

Fig. 2 : Médecins sans frontières, 1981 (Tchad) © Dominique Faget / AFP. Source : <https://www.radiofrance.fr/franceinter/medecins-sans-frontieres-a-50-ans-l-histoire-de-l-ong-en-photos-4218751> consultée le 23.09.24.

Fig. 3 : Bernard Kouchner, 1992 au nord de Mogadiscio (Somalie). © E. Feferberg / AFP. Source : <https://www.radiofrance.fr/franceinter/medecins-sans-frontieres-a-50-ans-l-histoire-de-l-ong-en-photos-4218751> consultée le 23.09.24.

Fig 4 : Ouganda, 1995 © Paolo Pellegrin / Magnum Photos. Source : <https://50years.msf.org/home/fr> consultée le 23.09.24.

Fig. 5 : Des volontaires de MSF sont déployés à Tyr (Liban) après des bombardements d’Israël, 2006. © S. Aranda / AFP. Source : <https://50years.msf.org/home/fr> consultée le 23.09.24.

Fig. 6 : « Ce qu’offre MSF », (pays et dates inconnus). © (inconnu) / MSF . <https://www.msf.ch/travailler-avec-nous/ce-quoffre-msf> 21.01.25 consulté le 21.01.25

Fig. 7 : quatrième de couverture du programme MdM 2017-2020 (pays et dates inconnus). © Pierre-W. Henry / (ONG). Récolté durant mon stage en octobre 2022.

Fig. 8 : « Découvrez les avantages du marketing solidaire » (pays et dates inconnus) © Yann Libessart / MSF <https://www.msf.fr/agir/soutenir-nos-actions/mobilisez-vos-clients> 21.01.25 consultée le 21.01.25

Fig. 9 : Couverture du programme stratégique 2021-2024 de (fédération) (pays et dates inconnus). © (inconnus). Programme stratégique 2021-2024 version papier. Récolté lors d’un entretien dans le cadre d’un autre travail de recherche universitaire en novembre 2022.

Fig 10 : « Il a besoin de vous ! » couverture d’une brochure du UNHCR (pays et dates inconnus). © Diego Ibarra Sanchez / UNHCR. Récoltée dans ma boîte aux lettres en novembre 2022.

Fig 11 : « La précarité a un visage. La solidarité aussi. » campagne du CSP (pays et dates inconnus). © Tuana Ward. Image issues d’un article en ligne “le CSP craint un tsunami social”.

Source https://www.gazette-geneve.ch/Precarite-a-Geneve-le-CSP-craint-un-tsunami-social_a307.html consulté le 21.01.25.

Fig. 12 : Campagne de l'Armée du Salut, Neuchâtel 2023. Photo personnelle, octobre 2022.

Fig. 13 : « Portait avec et sans règle des tiers ». (pays et dates inconnus). © Phil Body. Source : Source <https://avecunphotographe.fr/la-regle-des-tiers-en-photo/> consultée le 29.10.24

Fig. 14 : « Merry Christmas », 1923, Badagary (Nigeria). © inconnu. Récolté grâce à une capture d'écran de la retranscription vidéo de la conférence en ligne, mise en ligne le 26.06.23 et consultée le 29.06.23.

Fig. 15 : « Danke (Merci) », (pays et dates inconnus). © inconnu. Récolté grâce à une capture d'écran de la retranscription vidéo de la conférence en ligne, mise en ligne le 26.06.23 et consultée le 12.04.24.

Fig. 16 : Exemple du « white savior » issue du site de (ONG). (pays et dates inconnus). © inconnu. Issu du site de (ONG). Source anonymisée.

Fig. 17 : Exemple du narratif de l'« ignorance » issue du site de (ONG). (pays et dates inconnus). © inconnu. Issu du site de (ONG). Source anonymisée.

Fig. 18 : Exemple du narratif de la “surpopulation” issue du site de (ONG). (pays et dates inconnus). © inconnu. Issu du site de (ONG). Source anonymisée.

Fig. 19 : Couverture Rapport annuel 2021 de (ONG). (date inconnue) pays d'Afrique de l'Ouest. © inconnu. Récoltée lors d'un mandat, brochure papier. Source anonymisée.

Fig. 20 : Couverture d'une brochure relatant l'histoire et les buts de (ONG). 2017, d'un pays d'Afrique centrale. © inconnu. Récoltée durant mon stage, brochure papier. Source anonymisée.

Fig. 21 : Page illustrative du rapport annuel 2021 de (fédération). (date et pays inconnus). © inconnu. Récoltée lors d'un mandat, brochure papier. Source anonymisée.

Fig. 22 : « Traite manuelle d'une vache », 2023 de (fédération). (date inconnue) pays d'Afrique de l'Ouest. © inconnu. Récoltée durant mon stage, brochure des projets soutenus en 2023 par (fédération). Source anonymisée.

Fig. 23 : « Nous avons un but », 2023 Afrique de l'Ouest. © Sophie Gracias / Hans Lucas.

Fig. 24 : Campagne 2016 © obs / Helvetas. Source : <https://www.letemps.ch/opinions/campagne-dhelvetas-blesse-derange> consultée le 13.06.23.

Fig. 25 et 26 : Nouvelle campagne Helvetas 2016. © obs / Helvetas. Source : <https://www.helvetas.org/fr/suisse/ce-que-vous-pouvez-faire/restez-a-l-ecoute/reportages-de-nos-projets/nepal-ascension>, consulté le 30.01.23.

Annexe

Annex 1 : Cartographie des chartes, lignes de conduites et autres documents traitant de la communication visuelle des ONG et/ou des questions « éthiques » liée à celle-ci. Faite par moi-même en avril 2023.

Titre	Type d'outils	Organisation / rédacteur.ice	Année	Focus sur les images	Sujet plus général
ONGs					
Putting the people in the pictures first : ethical guidelines for the collection and use of content (images and stories)	lignes directrices	Bond	2019	X	
Manifeste pour une communication responsable de la coopération internationale	manifeste	Alliance Sud	2020	X	
The people in the picture : Vital Perspectives on Save the Children's image making	recherche mandatée	Save the children	2017	X	
Dochas Code of Conduct on Images and Messages	code de conduite	Dochas	2006	X	
A Guide to Understanding and Implementing the Code of Conduct on Images & Messages	guide	Dochas	2008	X	
Illustrative guide to the Dochas Code of conduct on Images and Messages	guide illustratif	Dochas	2014	X	
The Dochas Guide to the International Communications	guide	Dochas	2023		
Code of conduct for the International Red Cross and Red Crescent Movement and NGOs in Disaster relief	code de conduite	Fédération internationale de la Croix-Rouge et co.		X	
The narrative project user guide	guide	Bond			
Code of conduct on Images and Messages	code de conduite	Concord	2006	X	
Ethique photographique: le président international de MSF répond aux critiques	article, communiqué	Médecins sans frontière	2022	X	
Utilisation éthique des images: les mesures mises en place par MSF	article, communiqué	Médecins sans frontière	2022	X	
Interaction NGO standards	standards	Interaction	2018		X
Charte éthique d'UNICEF France	charte éthique	UNICEF France	2019		X
Code global de conduite Terre des hommes	code de conduite	Terre des hommes	2019		X
Une éthique partagée	charte éthique	Coordination Sud	2019		X
Guide de photographie inclusive	guide	Cad		X	
Navigating the ethical maze: storytelling for Organizations Working with vulnerable populations	brève	Hollywood Homeless youth Partnership	2017		X
Scrubbing your language of racist metaphors	article, blog	Kivi Leroux Miller	2020		X
25 Metaphors Nonprofits Can Use to Get Their Message Across	eBook				X
The Development Element	lignes directrices	Jennifer Lantier	2014		
Guidance Note on Use of victims' Images	guide	Freedom Collaborative, Chab Dai, and Liberty Asia	2017	X	
Journalisme / Photographie					
Contest code of ethics	code d'éthique	Word Press Photo		X	
Code of ethic for visual journalism	code d'éthique	National Press Photographers Association (NPPA)		X	
Editorial policy guidance note for BBC Media action on working with vulnerable contributors	politique éditoriale	BBC Media Action			X
The Ethical Journalism Network (EJN) Five Principles of Ethical Photography	vidéo	Ethical Journalism Network (EJN)			X
5 things that can't be ignored about development photography	article, blog	Claire Braozgirdle	2015	X	
Photography and narrative : what's involved in telling a story	article, blog	David Campbell	2010		
Beyond best practice: ethical storytelling and cultural transformation	article, blog	Michael Kass	2020		X
Beyond the Conventional: Two Alternatives to the Hero's Journey	article, blog	Michael Kass	2017		X
The diversity style guide plateforme	guide	Center for Integration and Improvement of Journalism at San Francisco State University			X
The diversity style guide book	livre	Rudiele Kariuki	2019		X
Entreprises					
Guide to diversity, equity and inclusion in communications	guide, page	Forbes			X
Inside the lines: Nike code of conduct	code de conduite	Nike	2020		X
Diversity, Equity, Inclusion	article, page	Nike			X
50+ Ideas for cultivating diversity and inclusion at your company	post LinkedIn	Jennifer Kim	2020		X
Decolonize Wealth	livre	Edgar Villanueva	2021		X
Autres					
The danger of the single story	vidéo, TED Talk	Chinamanda ngozi Adichie	2009		X
Le recours à la photographie et à la vidéo médicale à des fins éducatives ou promotionnelles	article	ACPM pour l'avancement des soins de santé	2011	X	

Déclaration sur l'honneur*

Par la présente, j'affirme avoir pris connaissance des documents d'information et de prévention du plagiat émis par l'Université de Neuchâtel et m'être renseigné-e correctement sur les techniques de citation.

J'atteste par ailleurs que le travail rendu est le fruit de ma réflexion personnelle et a été rédigé de manière autonome.

Je certifie que toute formulation, idée, recherche, raisonnement, analyse ou autre création empruntée à un tiers est correctement et consciencieusement mentionnée comme telle, de manière claire et transparente, de sorte que la source en soit immédiatement reconnaissable, dans le respect des droits d'auteur et des techniques de citations.

Je suis conscient-e que le fait de ne pas citer une source ou de ne pas la citer clairement, correctement et complètement est constitutif de plagiat.

Je prends note que le plagiat est considéré comme une faute grave au sein de l'Université. J'ai pris connaissance des risques de sanctions administratives et disciplinaires encourues en cas de plagiat (pouvant aller jusqu'au renvoi de l'université).

Je suis informé-e qu'en cas de plagiat, le dossier sera automatiquement transmis au rectorat.

Au vu de ce qui précède, **je déclare sur l'honneur ne pas avoir eu recours au plagiat ou à toute autre forme de fraude.**

Nom :

Vythelingom

Prénom :

Leila

Cursus :

Sciences sociales
(pilier anthropologie)

Faculté d'inscription :

Lettres et Sciences humaines

Lieu et date :

Neuchâtel, le 31 mars 2025

Signature :

Leila Vythelingom

Ce formulaire doit être dûment rempli par tout étudiant ou toute étudiante rédigeant un travail substantiel (notamment un mémoire de bachelor ou de master) ou une thèse de doctorat. Il doit accompagner chaque travail remis au professeur ou à la professeure.

* Formulaire largement inspiré de la Directive de la direction 0.3 bis, intitulée Formulaire Code de déontologie en matière d'emprunts, de citations et d'exploitation de sources diverses, de l'Université de Lausanne, du 23 avril 2007 et adapté aux besoins de l'Université de Neuchâtel.