

Code de conduite régissant la diffusion d'images et de messages

2006



Préface

Le Code de conduite régissant la diffusion d'images et de messages a été élaboré par des ONG impliquées dans des activités d'aide d'urgence, de développement à long terme et d'éducation au développement.

Le but de ce Code de conduite est de fournir un support à la conception et à la mise en œuvre des stratégies de communication des ONG auprès du public. Le Code propose un ensemble de principes directeurs dont les acteurs de la société civile pourront s'inspirer pour communiquer de manière cohérente et objective sur les programmes et les valeurs de leur organisation.

Les signataires sont pleinement conscients du fait que communiquer sur le scandale et l'injustice de la pauvreté tout en observant les idéaux portés par le Code n'est pas chose aisée. Dans notre société, si les images d'extrême pauvreté et de détresse humanitaire diffusées sont bien souvent négatives, elles ne peuvent toutefois être ignorées. Les nier serait contraire à l'esprit de ce Code, qui vise à dépeindre la réalité du quotidien, avec sensibilité et respect pour la dignité humaine.

Les images et les messages diffusés doivent tendre à donner une image fidèle de l'assistance dispensée, que cette dernière soit le fruit d'initiatives intérieures ou extérieures, ainsi que des partenariats qui en résultent souvent entre ONG locales et internationales.

Toute action de communication doit être le vecteur des valeurs de dignité, de respect et d'honnêteté énoncées dans ce Code. Les signataires, qui adhèrent à ces principes, devront les transposer dans leurs politiques et procédures internes. Ils s'engagent en outre à collaborer de manière constructive avec tous ceux qui peuvent être amenés à communiquer sur la question de la pauvreté dans le monde et à intégrer ces principes à d'autres dimensions de la communication.

En signant et en soutenant ce Code, les ONG contribueront à assurer une diffusion constante des questions de développement auprès du public et à véhiculer les valeurs édictées dans le Code au-delà des slogans ou des images choc.



Code de conduite régissant la diffusion d'images et de messages

a. Principes directeurs

Le choix des images et des messages sera effectué sur la base de principes fondamentaux :

- le respect de la dignité des personnes concernées ;
- la conviction de l'égalité de tous les Hommes ;
- la reconnaissance du besoin de promouvoir l'équité, la solidarité et la justice.

Dans l'ensemble de nos communications et à chaque fois qu'il nous sera donné de restituer la réalité de manière objective, nous nous efforcerons donc :

- de choisir des images et des messages empreints des valeurs que sont le respect, l'égalité, la solidarité et la justice ;
- de représenter fidèlement chaque image et chaque situation, que ce soit dans leur contexte immédiat ou général, de manière à permettre au public de mieux appréhender les réalités et la complexité du développement ;
- d'éviter de recourir à des images et des messages susceptibles de favoriser les stéréotypes, les discriminations ou le sensationnalisme ;
- de ne pas exploiter d'images, de messages ou d'études de cas sans le consentement exprès et la participation des sujets concernés (ou de leurs parents/ tuteurs) ;
- de veiller à ce que celles et ceux dont la situation est représentée aient la possibilité de transmettre eux-mêmes leur histoire ;
- de déterminer si les sujets souhaitent dévoiler leur identité ou non, de prendre note de leur volonté et de toujours la respecter ;
- de nous conformer aux normes les plus strictes en matière de droits de l'homme et de protection des personnes les plus vulnérables ;
- dans la mesure où les enfants sont les sujets les plus souvent représentés, de nous conformer aux normes relevant de la Convention relative aux droits de l'enfant (CDE), qui sont les normes les plus abouties en la matière.



b. Déclaration d'engagement

Nous, organisation soussignée, certifions engager l'ensemble de notre structure dans l'amélioration de nos pratiques de communication.

En signant ce Code, nous nous engageons à mettre en place les mécanismes nécessaires à la mise en application de ses principes dans chacune de nos activités.

En tant qu'organisation signataire de ce Code, nous reconnaissons les responsabilités qui nous incombent en matière de communication publique :

1. Nous vulgariserons l'existence de ce Code auprès du public et de l'ensemble de nos partenaires et mettrons en place un mécanisme de remontée de l'information ouvert à tous, par le biais duquel chacun pourra émettre des commentaires sur l'exécution du Code ou user d'un droit de question sur l'application que nous en faisons.
2. Nous signalerons notre engagement pour de meilleures pratiques en matière de communication d'images et de messages dans chacun de nos communiqués publics, en veillant à mentionner la déclaration suivante sur tous les supports de communication qui le justifie (rapports annuels, site Internet, prises de position, documents de gouvernance, brochures et autres supports de communication) :

« <Nom de l'organisation signataire> a signé le Code de conduite régissant la diffusion d'images et de messages (www.nomdel'organisationsignataire.org/Code). Merci d'envoyer vos commentaires à Code@nomdel'organisationsignataire.org ».

3. Conformément aux principes directeurs du Code, nous nous engageons à procéder à une évaluation annuelle de notre communication publique.
4. Nous stipulerons notre adhésion au Code dans les principes directeurs de notre organisation et veillerons à ce que nos instances dirigeantes se chargent de le mettre en application et de s'y conformer.
5. Nous veillerons à ce que chacun des fournisseurs, des prestataires de services et des médias travaillant avec notre organisation adhère au Code.
6. Nous nous engageons à former notre personnel à l'utilisation des images et des messages.
7. Nous acceptons de nous réunir chaque année avec les autres organisations signataires afin de partager notre expérience de l'utilisation et de la mise en œuvre du Code.

Signature :

Organisation :

Date :